
fashion
COLLECTION
беларусь
март-апрель 2021
«бесплатно»
ISSN 2616-4523
18+

Brands Fashion Show

— НА —

VOKA









агентство маркетинговых коммуникаций

EFFECT. PROMO

Что мы делаем?

Мы разрабатываем и реализовываем для брендов коммуникационные стратегии, привлекающие новых клиентов. В фокусе нашей работы мероприятия разного формата.

Для кого мы это делаем?

Наши клиенты – те компании, которые задают тренд и опережают время, для них важны стиль и эстетика в деталях, как и для нас важен результат.

В чем наше отличие?

Наша особенность – сочетание маркетинга и моды. Мы делаем бренды актуальными, добавляем глянца и помогаем достигать поставленных целей. В основе решений – устойчивая маркетинговая платформа, а в результате – Эффективное Продвижение.

ЧТО МЫ ДЕЛАЕМ?

Организация мероприятий

Интегрированные проекты

Fashion Events

Продвижение торговых центров

Бизнес-мероприятия

PR-услуги

Организация фотосессий



НАШИ ПРОЕКТЫ



Brands Fashion Show





Fashion Events

модные показы
и их интеграция
в мероприятия,
режиссура
и постановка

Реклама
Маркетинг
Дизайн
SMM

Создание особенных поводов и специальных мероприятий, креатив

PR

работа со СМИ
копирайтинг
собственные медиа




26


56

32



На модели: шуба **Loving life**

Фотограф: Алла Пархимович
Стилист/продюсер: Регина Полейчук
Ассистент стилиста: Елена Сагателян
Модель: Елизавета Павловская
Визажист: Катя Эйфория
Парикмахер: Наташа Ерёмина
Сет-дизайнер: Люся Галкина

содержание



март-апрель 2021, № 3-4 (86)

fashion collection в беларуси

Издатель **Александр Николаев** | Publisher **Alexander Nikolayev** | director@effectpromo.by
Шеф-редактор **Екатерина Сакович** | Editor-in-chief **Ekaterina Sakovich** | editor@fcollection.by
Редакция **Виолетта Замировская, Яна Войтеховская** | Deputy editor-in-chief **Ekaterina Sakovich** | editor@fcollection.by
Дизайнер **Мария Кирильчик** | Designer **Maria Kirilchik** | kirilchik@fcollection.by
Коммерческий отдел **Маргарита Лелес** | Sales Department **Margarita Leles** | leles@fcollection.by
Главный редактор **Елена Олеговна Капанец** | Editor-in-chief **Elena Kapanets** | info@fcollection.by

Правовую поддержку журнала Fashion Collection (Беларусь)
обеспечивает адвокатское бюро «Степановский, Папакуль и партнеры»

fcollection.by

редакция сети

Главный редактор, директор отдела моды, директор редакционной сети | Editor-in-Chief, fashion director, editorial network director
Марина Дэмченко | **Marina Demchenko** | demchenko@fcollection.ru

Арт-директор **Наталья Васильева** | Art director **Natalia Vasilyeva** | designer@fcollection.ru
Редактор моды (стиль) **Анна Бахарева** | Fashion editor (style) **Anna Bakhareva** | style@fcollection.ru
Редактор моды **Елизавета Пичугина** | Fashion editor **Elizaveta Pichugina** | fashion.dep@fcollection.ru
Редактор отдела красоты **Елена Кузютина** | Beauty editor **Elena Kuzyutina** | beauty@fcollection.ru
Редактор **Руслан Дэмченко** | Editor **Ruslan Demchenko** | r.demchenko@fcollection.ru
Выпускающий редактор **Виктория Деркасова** | Sub-editor **Viktoria Derkasova** | subeditor@fcollection.ru
Региональный выпускающий редактор **Ольга Гончарук** | Regional sub-editor **Olga Goncharuk**
Литературный редактор **Елена Кузнецова** | Literary editor **Elena Kuznetsova**
Ассистент редакции **Анна Колесник** | Administrative assistant **Anna Kolesnik**
Редактор светской хроники **Павел Камин** | Social editor **Pavel Kamin** | event@fcollection.ru

Директор по коммуникациям и рекламе **Светлана Еркович** | Communication and advertising director **Svetlana Erkovich**
Технический директор **Денис Лисин** | Technical director **Denis Lisin**
Препресс **Анна Сематкина** | Prepress **Anna Sematkina**

издатели в регионах

Воронеж ООО РК «Радио для всех», ул. Кольцовская, д. 35а, тел./факс +7 (473) 261-9995, fc@gallery-chizhov.ru. **Красноярск** ИП Субоч Галина Степановна, ул. Навигационная, д. 5 оф. 234, тел. +7 (902) 924-4550, Субоч Татьяна, sales@fashioncollection24.com. **Москва** ООО «Глобал Медиа Интернешнл», ул. Орджоникидзе, д. 11, стр. 40, тел. +7 (495) 737-7510. **Новосибирск** ООО «Столица», пр-т Димитрова, д. 5, Ксения Каманова, kskamanova@gmail.com. **Пенза/Саранск** ИП Болотина М. Е., ул. Минская, д. 2, тел. +7 (8412) 30-8136, Марина Болотина, editor@fc58.ru. **Самара/Тольятти** ООО «Руссель», ул. Фрунзе, д. 102, лит. Б, оф. 4, тел. +7 (927) 001-3904, roussel@fcollection63.ru. **Казахстан** Алматы ТОО «Печатный Дом Колибри», тел. +7 (701) 493-0311, +7 (701) 494-4001, Елена Медяная, kazakhstan@fcollection.ru. **Беларусь** Минск ООО «Эффективное Продвижение», 220004, г. Минск, ул. Кальварийская, д.21, корп. 5, пом. 107/1, тел./факс: +375 17 336 08 36 Александр Николаев, www.fcollection.by, info@fcollection.by.

Учредитель и издатель журнала Fashion Collection (РБ): ООО «Эффективное Продвижение». (Издание зарегистрировано в Министерстве информации Республики Беларусь. Рекламный, популярный, справочный журнал. Главный редактор: Елена Олеговна Капанец. Свидетельство о регистрации №1559 от 22 августа 2012 г. Перерегистрировано 3 мая 2013 г., 5 апреля 2017 г., 6 апреля 2018 г.). ООО «Эффективное Продвижение» зарегистрировано в Едином государственном регистре юридических лиц и индивидуальных предпринимателей 29 августа 2016 г., УНП192696660. Юридический адрес: 220004, г. Минск, ул. Кальварийская, д.21, корп. 5, пом. 107/1, тел./факс: +375 17 336 08 36

Сдано в набор 16.04.2021, подписано в печать 19.04.2021, выход 21.04.2021.
Печать офсетная. Бумага блока: UPM star gloss, 115 г/м², бумага обложки: Galerie Art 200 г/м², Тираж на территории РБ 6 000. Отпечатано в типографии ОДО"ДИВИМАКС". Лицензия № 02330/53 от 14.02.2014 г. Минск, ул. Аэродромная, 125, пом. 5В.
Заказ №


Добро пожаловать в мой экосалон
Евгений Шатохин, владелец сети экосалонов Cosmico
cosmico.
Толбухина, 2, Парк Челюскинцев
+375 29 109 00 03
Димитрова, 5, Немига
+375 29 103 00 06
cosmicoby
ООО «Космосистемс», УНП 191888070



Екатерина Сакович
шеф-редактор, Минск

Мода циклична, как мир.

Она дышит в унисон со временем, напрямую зависящая от экономических и политических потрясений, происходящих вокруг нас. Мода не прихоть дизайнеров, это продукт сферы коллективного бессознательного потребления и переменчивых условий наших каменных джунглей.

Мода так же циклична, как культурные явления, которые проходят свой круг: от появления первых ростков – до нарастания интереса, достигают пика, а дальше следуют спад и неизбежное забвение. Этот круг может повториться через десять лет или даже больше, когда возникнет ностальгия, желание вспомнить, что «старое» равно «доброе», а доброго много не бывает. Мода работает с прошлым, но не копирует его, не цитирует буквально. Это искусное переосмысление с добавлением чего-то нового и актуального.

«Ностальгический гибрид».

Переосмысление – именно об этом мы говорим в этом выпуске.

Instagram: @kate_sakovich_adamovich

очки
Fendi

туфли
D&G

Escada

платье
Valentino

клатч
Cult Gala

Olivia von Halle

серьги
Barbarella

парфюм
Marc Jacobs
Daisy Love

фото | архив Fashion Collection



- Как выбрать и идеально нанести яркую помаду?
- Какой вид стрелки подойдет для моей формы глаз?
- Как сделать кожу светящейся, а взгляд отдохнувшим?
- Как сделать офисный макияж за 5 минут?

Научим на уроке «Макияж для себя» в INGLOT. Быстро, эффективно, интересно.

Запись по телефону ближайшего салона или в директ инстаграм @inglot_belarus

Адреса и телефоны салонов ищите на inglot.by

Фотограф: *@phazniachoks;*
MUA: *@mua.imrani;*
Hair: *@alena_witko;*
Модель: *@sooneyka;*
Ретушь: *@k_olliva.*



косметический набор **Balmain**

книга **Her Dior**

сумка **D&G**

серьги **Barbarella**

парфюм **Jo Malone** Yellow hibiskus

Alberta Ferretti

купальник **Versace**

выбор редакции

серьги **Barbarella**

водолазка **Maisie Wilen**

колье **Eliou**

тренч **JW Anderson**

Fendi

помада **Gucci** Virginia Scarlett

парфюм **Guerlain** Muguet

сумка **Bottega Veneta**

брюки **Peter Do**

босоножки **Bottega Veneta**

наушники **Bang & Olufsen**

шляпа **Valentino**

фото | архив Fashion Collection

Подводный мир

Цвет морской глади и аппликации в виде обитателей океана стали вдохновением многих дизайнеров сезона весна-лето 2021

Бренд Versace отобразил все разнообразие Большого Барьерного рифа и посвятил этой теме целую коллекцию. Не обошел стороной цвет морской волны и Giorgio Armani, тематические элементы прослеживаются у Mara Hoffman. Анорак от Burberry, декорированный морской пеной, несомненно станет хитом сезона.



13BC

Versace

Mara Hoffman

Versace

Iris van Herpen

Giorgio Armani

Burberry

текст | Екатерина Сакович || фото | архив Fashion Collection

Модный доктор

Тренд – вдохновение героями нашего времени – работниками здравоохранения. Их униформа стала символом доброты, отваги и веры в лучшее.

В этом сезоне при помощи визуальных кодов дань уважения врачам и медсестрам отдали очень многие дизайнеры. Элементы униформы докторов мы видели на подиуме Fendi, Sportmax, Hermès и других брендов. Кто-то взял за основу современные веяния, а кто-то поднял архивы и вспомнил, в чем ходили медсестры в 1960-е годы. Основной цвет этого благородного тренда, несомненно, белый.



Bottega Veneta



Chanel

Fendi

Hermes





Sportmax



Fendi

текст | Екатерина Сакович || фото | архив Fashion Collection

мы хотели сделать
красивый макет, но
решили, что Вы
сами все оцените







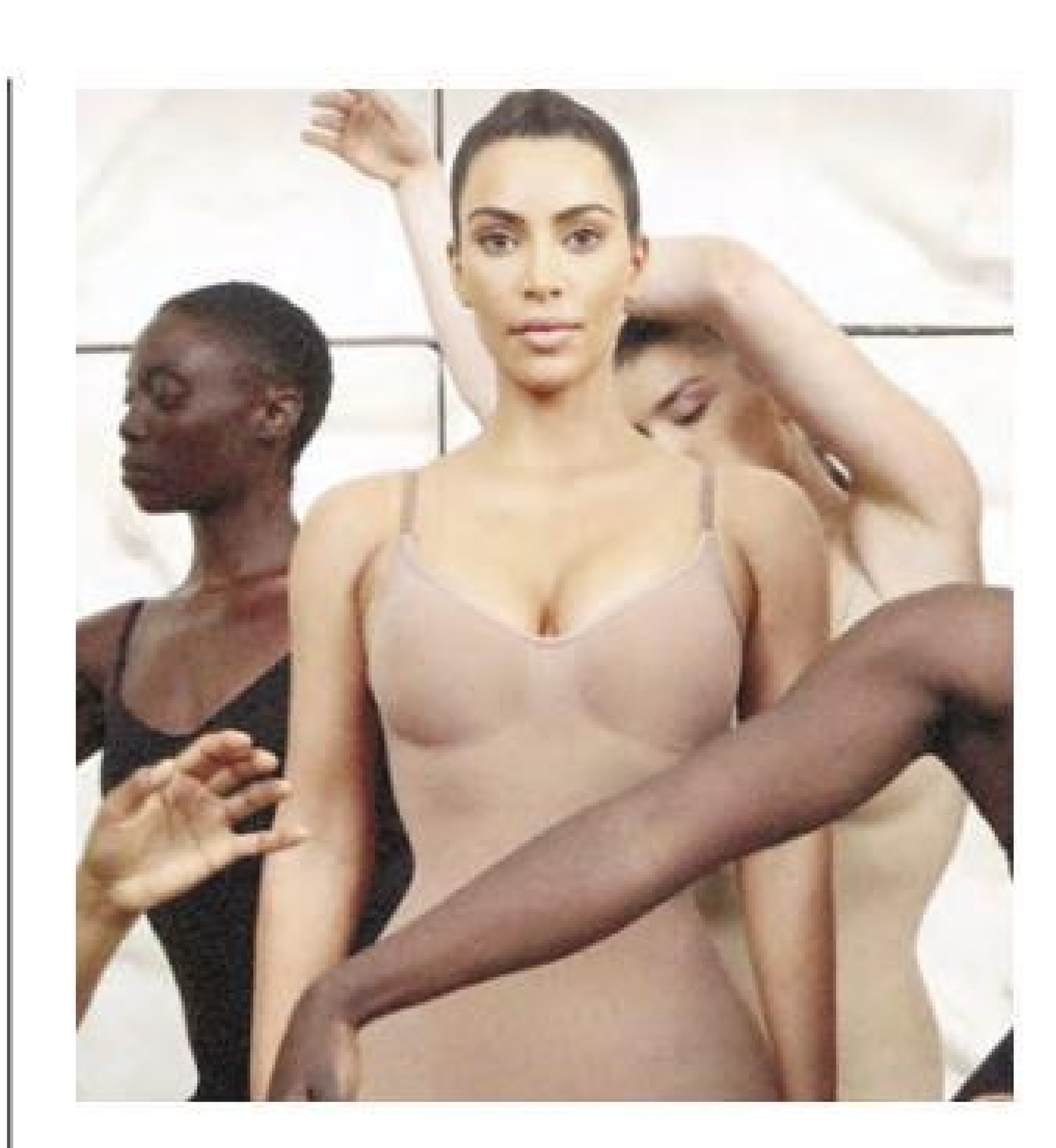
Гендерно нейтральная коллекция Calvin Klein

Дизайнер и диджей Херон Престон, известный многим по принту «СТИЛЬ», сделал коллаборацию с Calvin Klein. В рамках сотрудничества он курировал весеннюю гендерно нейтральную коллекцию, которая получила название Heron Preston for Calvin Klein. Особое внимание в дизайне уделили крою, а также экологичным и этичным материалам. Коллекция поступит в продажу уже 23 апреля.

Брэд Питт и Brioni

Брэд Питт и итальянский бренд Brioni представили совместную капсульную коллекцию BP Signature. Основой для нее стал образ американского актера на 92-й церемонии вручения премии «Оскар», когда он получил статуэтку за роль в фильме Квентина Тарантино «Однажды в Голливуде». Напомним, Брэд Питт стал амбассадором Brioni осенью 2019 года.





Ким Кардашьян открыла поп-ап Skims

Ким Кардашьян открыла в Лос-Анджелесе первое поп-ап-пространство своего бельевого бренда Skims. Оно расположилось на территории торгового центра The Grove и будет работать до 7 мая. Также Ким, которую Forbes не так давно признал обладательницей миллиардного состояния, планирует выпускать купальники, сделать линию одежды для тренировок, идеальные легинсы и спортивный топ, полноценное мужское направление.



Сумки из кактусов

Американская модель, актриса и экоактивистка Эмбер Валлетта представила первый результат своего сотрудничества с брендом Karl Lagerfeld. Главным предметом в их коллаборации стала сумка K/Kushion, средства от продажи которой будут направлены в некоммерческую организацию The Ocean Cleanup, разрабатывающую способы извлечения пластикового мусора из океанических вод. Аксессуар изготовили из растительной «кожи» мексиканской компании Desserto, для производства которой используются кактусы. Она окрашивается органическими пигментами, экологически безопасна и подходит для повторной переработки.



Благотворительная коллекция одежды для отдыха

Норвежский дизайнер Питер Дундас, известный по работе в Jean Paul Gaultier, Emilio Pucci и Roberto Cavalli, представил капсульную коллекцию одежды для отдыха. Средства от ее продаж будут направлены в благотворительную организацию Childhood USA, которую создала королева Швеции Сильвия, чтобы противостоять жестокому обращению, насилию и эксплуатации в отношении детей. Коллекция уже в продаже. Ее лицом стала шведская модель Каролин Винберг.

текст | Екатерина Сакович || фото | архив Fashion Collection


19
МАЯ
FALCON
CLUB
ARENA
19:00
НОВОЕ
РАДИО
Zivert
GUESS
12+
ЖИВОЙ ЗВУК
ATOMENTERGLOBAL.BY
ATOM
TICKETPRO
АФИША
TUT.BY
KBITKI
ВСЕ БИЛЕТЫ

9-й сезон Brands Fashion Show на VOKA: коллаборация бизнеса и моды





*Настоящий подарок модники получили в первый день весны от **Brands Fashion Show**: 9-й сезон проекта вышел на **VOKA**, а для партнеров и друзей шоу в Falcon Club Бутик Кино прошла закрытая кинопремьера*

Brands Fashion Show всегда славился своим умением интегрировать в проект партнеров, а в этот раз тему коллабораций различных сфер бизнеса назвал главной темой сезона.

Самый яркий пример – партнерство с МТБанком и MasterCard. Озвучив этот статус на премьере, организаторы рассказали об использования членами команды карточных продуктов банка при подготовке к проекту. Новый уровень отношения к современным покупкам – не просто покупать, а еще и зарабатывать.



показ Lamoda

Пример коллабораций и работы *fashion, IT и ритейла* – **lamoda.by.** Покупатели интернет-магазина гарантированно получают оригинальные вещи из новых коллекций, умело подобранных байерами, видят образы в грамотной подаче стилистов и пользуются максимально простым и понятным интерфейсом сайта и приложения. See now buy now, как говорится. И да, в том числе заказывайте доставку через постаматы lamoda – удобно и безопасно.









показ Satoshi

И снова про IT. Технологии много и повсеместно работают на модную индустрию, виртуальные примерки всего лишь малая часть того, что делают разработчики для fashion. Но есть и обратная связь – мода для IT. Профессиональные HR-специалисты знают, что такое корпоративные ценности, как создать оптимальные условия труда для настоящих самородков, и очень дорожат своими сотрудниками. А значит, выбирают все самое лучшее, в том числе и корпоративный мерч. Бренд **Satoshi** решился на собственный модный показ, выпустив на подиум то, что заказывают для персонала реальные IT-компании. И знаете, после увиденного многие дизайнеры сильно удивятся и даже вдохновятся, хотя раньше, кажется, было наоборот?





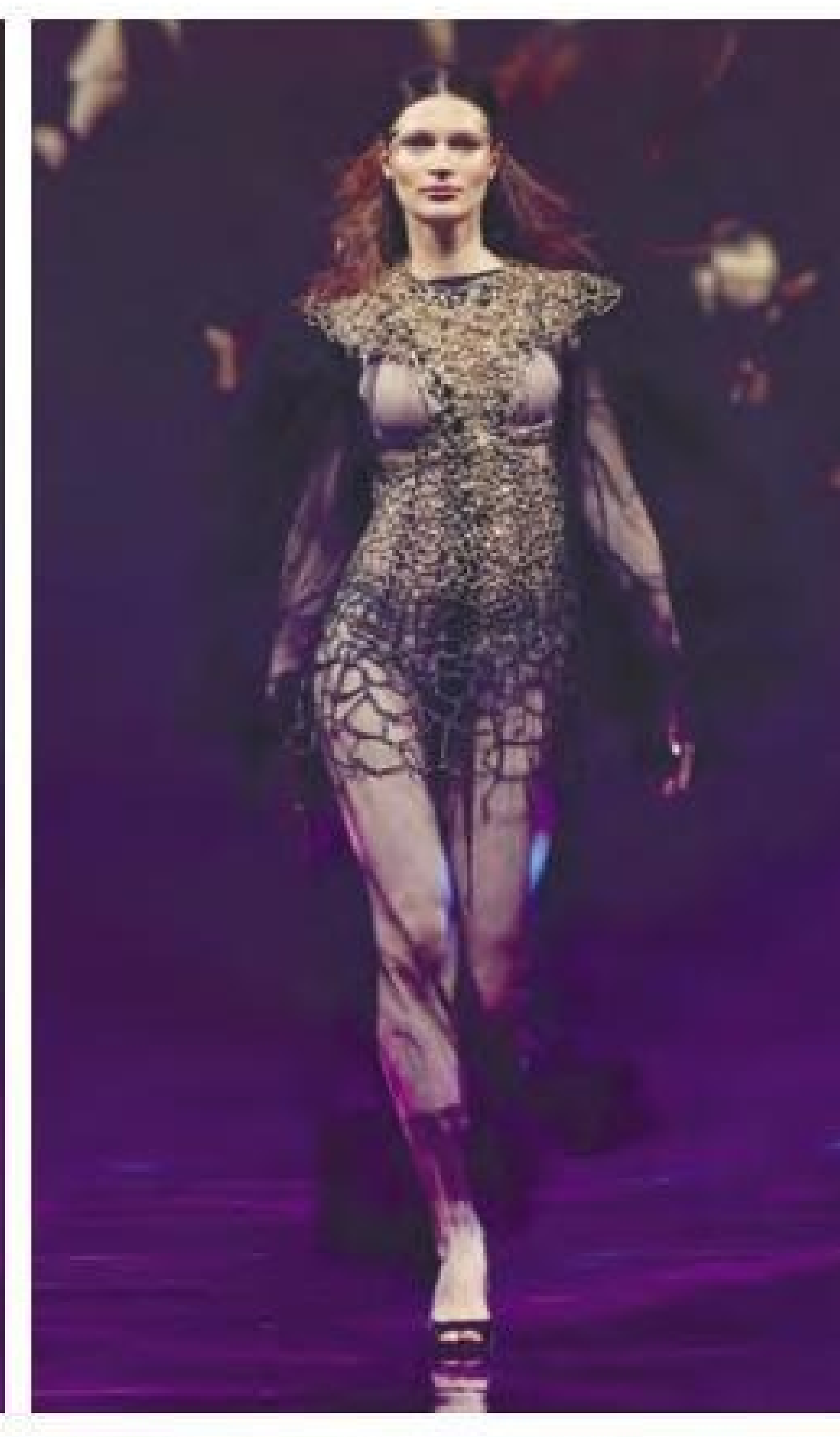


показ Simon

Взаимодействие сферы красоты и модного бренда вылилось в шоу от клиентов салона Orchid Spa и бренда **Simon**. Шоурум в салоне – почему бы и нет? «Brands Fashion Show поднял невероятную планку – мы снова видим красоту не просто в бесформенных вещах. Мы видим на подиуме женственность и сексуальность», – делится впечатлениями создатель бренда Егор Енин. Действительно, мягкие силуэты, в меру плавные изгибы стали лейтмотивом показа Simon. На подиум вышли не модели, а просто красивые девушки, клиенты салона – это вдохновило и зрителей, и художников.











показ Агаты Каробка

Если кто-то считал, что авангард – это не про Беларусь, то вас разубедит показ дизайнера **Агаты Каробка**. В шоу, кажется, нашлось место всему: футуристичным формам, металлу в дуэте с летящими материалами, камням и бесконечным воланам. Тренды, конечно, трендами, но здесь на первый план выходит филигранная работа мастера: рюш к рюшу, деталь к детали. Все это дополняется фантазийным макияжем – вуаля! Мода – это об искусстве, красоте и бесконечности идей автора, который, на первый взгляд, просто работает над платьем. В шоу Агата делится историей создания своих арт-объектов и работы с визажистами **Inglot** и рассказывает, как они находят место в гардеробах модниц.

Главный ресурс модной индустрии – молодость, граничащая с бесконечной креативностью, талантом и дерзостью. Поддержка молодых дизайнеров – must have для Brands Fashion Show. Студентов Белорусской государственной академии искусств Валентину Скачко, Марию Михалевич, Татьяну Иосько, Ольгу Моисееву, Констанцию Герасименко пригласили принять участие в 9-м сезоне проекта. В показе молодых и креативных было все: и гиперсайз, и сумасшедшая асимметрия, и ультрамодный геометричный крой. Зрители в очередной раз убедились: за талантливыми дизайнерами не нужно ехать за тридевять земель. Все они здесь – в Академии искусств.

показ Белорусской государственной академии искусств















показ LYALYA, Chou Chou, MakavKa. Стиляжки от NAGORNY MODELS JUNIOR

И наконец, показы детской дизайнерской одежды. NAGORNY MODELS JUNIOR объединил дизайнерские белорусские бренды LYALYA, Chou Chou, MakavKa и магазин Стиляжки в модное детское шоу. Удивительно, но дети так спокойно и уверенно реагируют на камеру и сценический свет, что многие взрослые модели и артисты могут им позавидовать. Секретами работы с детьми с нами поделилась руководитель модельного агентства NAGORNY MODELS JUNIOR Нина Драко: «Главное в работе с детьми – это искренне их любить, верить в каждого ребенка и помогать ему раскрыться».



УНП 192696660 ООО «Эффективное продвижение»







текст | Виолетта Замировская || фото | Владимир Чурносов

СМОТРИТЕ **BRANDS FASHION SHOW** ЭКСКЛЮЗИВНО НА VOKA С **1** МАРТА.

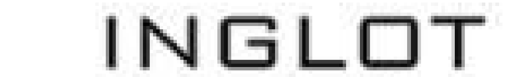
ОРГАНИЗАТОРЫ ПРОЕКТА: EffectPromo и Fashion Collection

ПАРТНЕРЫ ПРОЕКТА: МТБанк, MasterCard, Inglot, DeLonghi, Braun, KenWood, VOKA

Разработка концепции и технический продакшн — Video-wall
Световой дизайн — GrandLight Studio
Звуковое сопровождение съемки — Soundcafe
Бэкстейдж — школа красоты POSHSCHOOLBY
Видеопродакшн — Uniq Film
Ведущая — Анна Шалютина
Музыкальная атмосфера — Dj Tamazz
Фотограф — Владимир Чурносов
Режиссура и постановка — Ирина Николаева

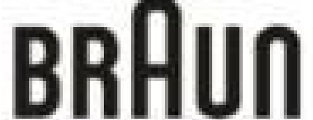












Переломный момент

Ничто не меняет моду так, как социальная повестка. Fashion-революция прошлого столетия ознаменована Второй мировой войной. 21 век преподнес новое испытание – пандемию. Что общего у моды послевоенного периода и современной, заключенной в рамки локдауна? Разбираемся с Fashion Collection





текст | Виолетта Замировская || фото | архив Fashion Collection

Как известно, после каждой бури можно ожидать солнца. Обманчивого, бездушно палящего или едва заметного из-за туч – неважно. Главное, что буря завершилась. Этой простой метафорой можно описать послевоенную моду – противоречивую, сложную, но очень долгожданную.

Сложность моды 40-х годов в том, что каждая женщина мечтала вернуться к красивой обыденности. Надеть нарядное платье, уложить волосы в идеальную конструкцию, припудрить щеки – словом, возобновить жизнь. Однако реальность была далека от пышных убранств: на повестке числился закономерный кризис послевоенных лет. Средств на «украшательства» не было – девушки изощрялись как умели. Причем не сразу: первые послевоенные годы по своей униформе едва ли отличались от военных – из-за кризиса и, безусловно, моральной неготовности к переменам.

ШИРОКИЕ ПЛЕЧИ

Очевидно, война не ушла одним днем – она отпечаталась на модной индустрии на десятилетие вперед. Так, в тенденциях 40-х прослеживался маскулинный треугольный силуэт, когда плечи визуально кажутся шире бедер. С легкой руки Кристобаля Баленсиаги такая угловатая униформа вошла в моду. Она несла в себе важный посыл женщин того времени: мол, мы не просто «слабый пол» – мы можем дать отпор. Подобный силуэт, по законам модного маятника, сейчас тоже на самом пике. Современным женщинам есть что сказать – эту идеологию продвигают в массы и бренды. Достаточно заглянуть на подиумы Balmain, Versace и Off-White – визуальные коды в действии.



Moschino

ЧЕТКОСТЬ ЛИНИЙ

Во времена всеобщего дефицита и тотальной аскетичности в моде были сумки геометричной формы. Минималистичные, строгие, без излишеств – все они безмолвно твердили о суровости времени. Сегодня геометрия в аксессуарах вернулась на подиумы. Произошло это не из-за экономического дефицита – скорее, наоборот, из-за перенасыщения рынка всем и всяким. Да и остроугольная сумочка в современных реалиях – идеальный вариант, чтобы разбавить чересчур домашний «карантинный» образ.

ПЭЧВОРК

Адепты осознанного потребления ввели в современную моду одежду из лоскутков. Дизайнеры также вдохновились экоповесткой и стали создавать аутентичные вещи, будто бы собранные из множества других. Но, как известно, все новое – это хорошо забытое старое. А ультрамодный пэчворк носили и в 40-х – из-за того же кризиса и дефицита тканей. Так, любые вещи имели право на повторное существование – в еще более креативном виде.



Burberry



MM6 Maison Margiela



ТЮРБАНЫ, ТЮРБАНЫ, ТЮРБАНЫ

Головные уборы во времена Второй мировой были главным женским аксессуаром. Во-первых, они скрывали несвежесть волос, когда обновить прическу не представлялось возможным. Во-вторых, это был самый выгодный вариант приукрасить образ, ведь шляпка обходится гораздо дешевле нового платья. Особой популярностью пользовались тюрбаны – практичные и недорогостоящие головные уборы. Christian Dior в весенне-летней коллекции показал: такой эксцентричный аксессуар не менее актуален и в наши дни.

ШИРОКИЕ БРЮКИ

Андрогинность и расслабленность взяли верх над модой именно в 40-х годах, когда женщины были вынуждены работать на производстве наряду с мужчинами. Тогда в моду вошли широкие брюки точь-в-точь как из мужского шкафа. Эта тенденция по-прежнему с нами – признаться, уходить она даже не планирует. Благо, практичность и комфорт лидируют среди трендов – и их точно можно записать в список «вечных».



Sportmax





КЛОГИ

Тапки на деревянной подошве пользовались большим спросом у женщин эпохи Второй мировой. Дефицит кожи, сложные условия жизни и потребность в удобном средстве передвижения – все эти факторы стожились в одну пару обуви, которая сегодня именуется клогами. Весной 2021-го, когда мы едва ли можем покинуть пределы домашних тапочек, этот тренд вернулся с новой силой. Удобство и ментальная связь с уютом своего дома – именно так карты сошлись на клогах.

Maison Margiela

ВСЕМУ ПРИХОДИТ КОНЕЦ

Резонансным в послевоенные годы стало изобретение Кристиана Диора. Модельер предложил уйти от жестких форм и наконец увидеть женщин по-настоящему красивыми. Его силуэт new look, повторяющий форму песочных часов, принялся общественностью неоднозначно. С одной стороны, это было навязыванием дискомфорта. С другой – новый взгляд на женщин – красивых, сексуальных и обольстительных. К началу 50-х new look стал главным модным силуэтом – спустя 70 лет он снова на пике. Дизайнеры, создававшие свои коллекции в условиях карантина, снова вспомнили форму Диора. Нарядность, элегантность и эстетика шика – нам определенно этого не хватало во время карантина.



Carolina Herrera





Tom Ford

ЦВЕТОТЕРАПИЯ

После принятия new look'а изменилась и цветовая гамма. Главным оттенком для адаптации после повсеместной серости стал приятный «жемчужный серый», также предложенный Диором. Чуть позже девушки влюбились во всевозможные цвета и принты – мир постепенно наполнялся пестростью. Весенне-летние коллекции текущего сезона не отстают. Пастельные и кричащие неоновые оттенки, наряду с принтами, стали лейтмотивами многих коллекций – к примеру, Versace, Valentino и Tod's.



Versace

Valentino

Dsquared2

ВНИМАНИЕ К СЕБЕ

Еще одной приятной заботой девушек был будуарный гардероб. В послевоенное время люди были обеспокоены продолжением рода. Женщины уделяли больше внимания коллекции бюстов и чулок, нежели верхним убранствам. И хотя современные реалии не совсем об этом, бельевой стиль стал едва ли не самым востребованным весной. Объясняется это постковидной привычкой и, безусловно, особой чуткостью к себе и своему телу. |

Рукописи не горят...

«Коллекция Paper, представленная два нода назад, переросла в линейку сумок. Название говорит само за себя и создает направление для дизайна. В первую очередь, это геометрия и линейная архитектура»,- рассказывает дизайнер Павел Панаскин.



Фотограф: Миша Битлз

Стилист: Катя Герман

Ассистент стилиста: Надя Хрол

Макияж: Анна Шалик

Волосы: Наташа Еремина

Модели: Вита Бурак, Таня Ринейская

Одежда и обувь: ТОП boutiques









Как дизайнеры переосмыслили базовый гардероб

Как говорится, велосипед уже изобрели. Пословица не обошла стороной и модную индустрию: все главные фасоны и силуэты давно придуманы. Белая рубашка, брючный костюм, базовый тренч и пальто – девушки выучили список модных мастхэвов наизусть. Кажется, в любом шкафу можно отыскать этот стильный набор. Открытым остается вопрос: что делать модным Домам, если все необходимое уже изобретено и куплено?

Ответ не заставил себя долго ждать. Дизайнеры в весенне-летних коллекциях доказали: главное в любом деле – искусное переосмысление. Период повального локдауна (во время которого и создавались коллекции этого сезона) для многих стал невыносимо скучным и унылым – творцы моды не стали исключением. Сидя в заточении, они экспериментировали с фасонами как никогда раньше. И речь даже не о couture: больше всего изменилась повседневная классика. Гении индустрии стряхнули пыль с затертых пиджаков и тренчей – теперь базовый гардероб имеет право быть разным и, главное, совсем не банальным.

Брючный костюм (или, как его часто именуют, лучшая инвестиция в гардероб) приобрел мешковатую форму. Конечно, в наше время мало кого удивишь широкими брюками и жакетом «с мужского плеча». Но на этот раз формы не просто маскулинные – модные двойки стали будто бы еще на пару-тройку размеров объемнее. На подиумах не брезговали пэчворком, экокожей,


Anouki

текст | Виолетта Замировская || фото | архив Fashion Collection

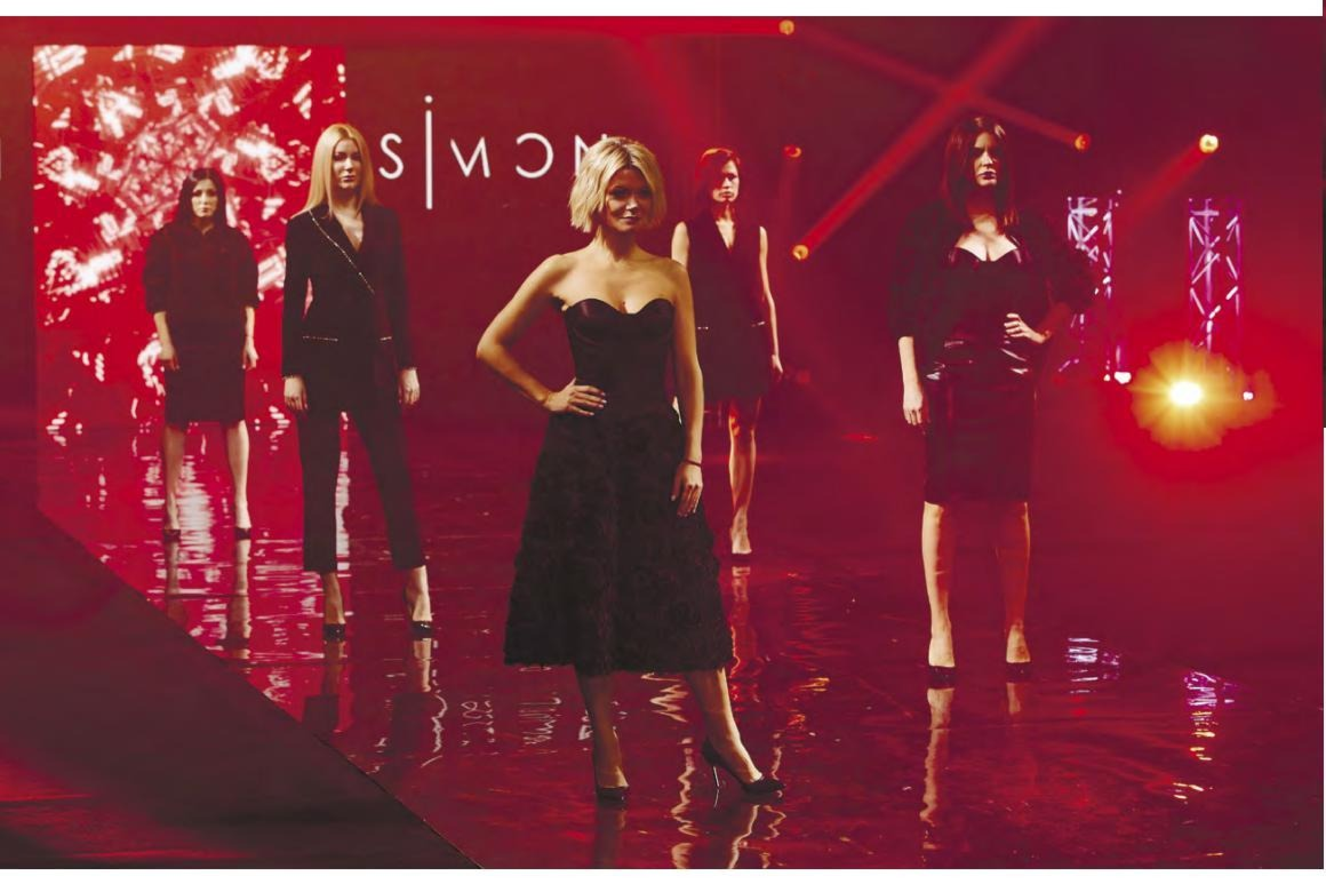


ультраширокими брюками и острыми лацканами. Удачнее всех вдохнули свежести в элемент офисного дресс-кода бренды The Row, Proenza Schouler и Stella McCartney.

Согласитесь, обзавестись очередным бежевым тренчем или серым пальто не самая увлекательная затея. Модные Дома предсказали эту тенденцию. Так, на подиумах появились обновленные варианты базовой верхней одежды. Классические плащи стали заметно стремиться к полу, а структурные пальто пошли по пути огромных брючных костюмов. Слово «оверсайз» в данном случае уже недостаточно корректно – на пьедестал восходит «гиперсайз». Чтобы в этом убедиться, достаточно заглянуть в лукбуки Balenciaga, The Row и Louis Vuitton. Как говорится, на вырост!

Не забыли о Коко Шанель и ее легендарном черном платье. Выход из карантинного застоя – прекрасный повод его обновить. На этот раз идея об универсальности и практичности маленького черного платья куда-то улетучилась. Дизайнеры предлагают пойти ва-банк и обзавестись максимально эксцентричным вариантом. Пикантные вырезы, ультрамодные завязки, рукава-буфы – все они станут лучшими друзьями привычного черного платья. Модный Дом Chanel (будто бы сговорившись с Saint Laurent) представил роскошные модели с перьями. Варианты отнюдь не для будней – скорее для заскучавшей души.

Однако скучать в этом сезоне не придется – и вы это уже наверняка поняли. Локдаун расставил все точки над i: нам нужно больше красоты в обыденности, больше комфорта и самовыражения. Тратиться на мимолетные тренды уже не кажется таким здоровским развлечением. Гораздо лучше инвестировать в «вечные» модели. Главное здесь – выбирать свежее, интересное, особенное и приятное сердцу. |



Женственность вне времени

Основатели бренда SIMON Илья Симончик и Игорь Енин рассказали Fashion Collection о поиске вдохновения и участии в показе Brands Fashion Show

ФИЛОСОФИЯ БРЕНДА SIMON

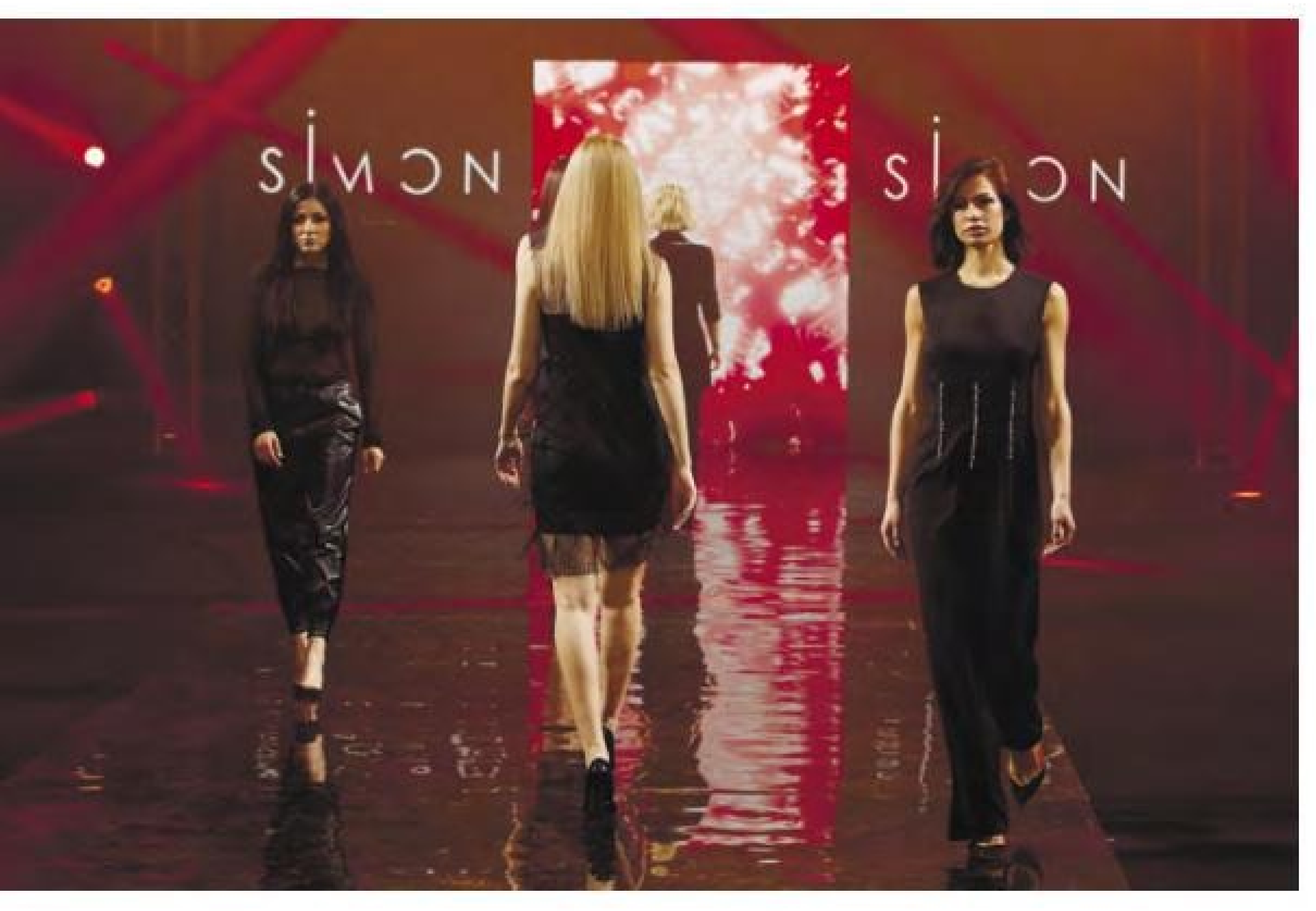
Бренд основан в августе 2020 года. Основная идея – вернуть сексуальность и женственность прекрасной половины человечества. В мировой моде появилась тенденция к так называемой удобной или безразмерной одежде (оверсайз). На наш взгляд, она имеет право быть и занимать определенное место, но не все пространство гардероба! Ведь красота – это сосуд, который должен наполняться, а не скрываться в «мешках». Именно поэтому мы рассматриваем женщину как произведение искусства и хотим это подчеркнуть!

ДИЗАЙНЕРЫ БРЕНДА

Дизайнерами бренда являемся мы – два лучших друга Илья Симончик и Игорь Енин. Нашей дружбе более 20 лет. Все эти годы развиваемся и сотрудничаем в разных проектах вместе.

ПУТЬ

Наш путь как дизайнеров начался в 2000 годах. Это была одежда для показов причесок, которую создавали своими руками.





Симончик Илья: Я закончил Белорусскую академию искусств, факультет дизайн одежды. К созданию нарядов я тяготел всегда, это было моей юношеской мечтой.
Енин Игорь: Всю жизнь я относился к одежде как к искусству и втайне мечтал создать дом моды.

КОМАНДА
Помимо нас, в команде есть еще один очень важный и ценный человек, с которым мы также работаем рука об руку 20 лет, – Асанович Наталья. Она наша дорогая подруга и партнер, «якорь» нашего бренда, всегда выгодно взвешивающий полет наших идей и омогающий выпускать в мир продукт отличного качества.

КЛИЕНТ SIMON
Прежде всего, это женщина, которая любит себя. Красота – достаточно сложный процесс, включающий ежедневную работу над собой: начиная от уходов, физических нагрузок и заканчивая стремлением к саморазвитию, поиску новых возможностей. А для того и нужно любить себя! Эта женщина многогранная и думающая, стремящаяся к успеху или уже достигшая его. Такая женщина обязательно на "ты" со стилем.

УЧАСТИЕ В BRANDS FASHION SHOW
Мы в восторге от увиденного! Качество съемки и подача – вкусно и дорого! Это был незабываемый опыт, в первую очередь, потому что был «заочным». Из-за пандемии мы не смогли принять участие в подготовке, но это не помешало успешному показу во многом благодаря поддержке нашего партнера и амбассадора бренда SIMON в Беларуси – Ольги Качаловой и профессиональной команде проекта Brands Fashion Show, которая смогла передать и даже приукрасить нашу коллекцию, общаясь с нами только в письмах. Это большое искусство – понять мастера и передать желаемое зрителю! Мы вернемся!

КОЛЛЕКЦИЯ, ИСТОЧНИК ВДОХНОВЕНИЯ
Вдохновение для нас – понятие накопительное. Это любовь к людям, путешествия, творческие победы, друзья.
Это коллекция, в которой себя невозможно не любить! Ее нужно увидеть и обязательно примерить! |



текст | Екатерина Сакович || фото | Владимир Чурносов



4 ИЮНЯ

КЗ МИНСК

19:00

МАСТЕР И МАРГАРИТА

Екатерина КЛИМОВА Сергей АЛДОНИН

Филипп БЛЕДНЫЙ Михаил ГОРСКИЙ

16+

Красота



Макияжи глаз от Giorgio Armani отличаются элегантностью и минималистичностью, но одновременно им присущи определенные архитектурные элементы

Let's play INGLOT!

Бренд профессиональной косметики INGLOT объявил о разделении ассортимента на две линейки.

Базовую линейку INGLOT CORE LINE представят продукты, составляющие ядро марки, а также флагманские продукты, которые стали лицом бренда и сформировали его наследие, такие, как система магнитных палеток и рефилов Freedom System. Всего в базовой линейке будет представлено порядка 2000 позиций. Формулы продуктов постоянно совершенствуются, оставаясь на пике инноваций.

INGLOT PLAYINN – это новая линейка бренда, в которую войдет до 500 наименований. Она будет представлена форматами бьюти-продуктов для повседневного применения и ориентирована на поколение Z. Дизайн и подача будут отличаться легкостью и доступностью, ведь макияж – это, прежде всего, веселье. Главные ценности – индивидуальность и принятие, дружеское общение с визажистом и, конечно, безграничное творчество и свобода самовыражения.

Первым продуктом линейки PLAYINN на белорусском рынке станут палетки теней Wanna Banana, Creach Peach, Lilla Vanilla и Sheen Tangerine, которые появятся в салонах INGLOT уже в мае. Встречаем!







Вся продукция Garnier по всему миру теперь официально cruelty free*: один из крупнейших мировых брендов получил печать Cruelty Free International в рамках программы Leaping Bunny, выступающей за отмену тестирования на животных и за золотой стандарт cruelty free.

От Парижа до Лос-Анджелеса

YSL Beauty представили лимитированную коллекцию помад для губ Rouge Pur Couture. В работе над ней принимала участие амбассадор французского бренда Зои Кравиц. Основой для восьми оттенков послужили впечатления от любимых городов актрисы – Лондона, Парижа, Нью-Йорка и Лос-Анджелеса.







текст | Яна Войтеховская || фото | архивы пресс-служб брендов, архив Fashion Collection



Look Labs, студия современной красоты и образа жизни, основанная в Берлине, выпустила первый цифровой аромат, закодированный в невзаимозаменяемый токен, или NFT, что является дополнительным доказательством того, что повальное увлечение цифровым искусством продолжает расти. Аромат представляет собой цифровую версию унисекс-парфюмированной воды Cyber Eau de Parfum, выпущенной в октябре 2020 года с упором на экологическую устойчивость. Запах физической Cyber Eau de Parfum был «извлечен с помощью ближней инфракрасной спектроскопии и представлен в самом произведении искусства в виде спектральных данных», – пояснили Look Labs.



Вместе заботимся о будущем сегодня для счастливого завтра

В условиях растущих экологических и социальных вызовов современного мира марка Lancôme запускает собственную международную программу устойчивого развития Caring Together for a Happier Tomorrow, которая раскрывает амбициозные цели марки в областях устойчивого развития и содействия решению проблем социальной интеграции. В основе стратегии Lancôme – защита, сохранение и восстановление биологического разнообразия планеты. Лицом Caring Together for a Happier Tomorrow стала актриса Аманда Сейфрид.



Say Si to Kate

Кэтрин Элис Бланшетт. Это имя знакомо как фанатам супергероики Marvel, так и театроманам, как поклонникам кинотрилогии «Властелин колец», так и любителям экспериментального кино. За свою актерскую карьеру Кейт Бланшетт снялась более чем в 40 фильмах, приняла участие примерно в 20 театральных постановках, была удостоена именной звезды на Голливудской «Аллее славы» и получила два «Оскара». В интервью в честь запуска нового аромата Sì Intense от Armani Beauty актриса рассказала о своем понимании красоты, взаимоотношениях с мистером Армани и women power





текст | Яна Войтеховская || фото | архивы пресс-служб бренда

Fashion Collection: Ты стала лицом ароматов Sì в 2013 году и с тех пор являешься глобальным амбассадором Armani Beauty. Каково это – иметь такие длительные отношения с брендом и какой ты видишь свою роль?
Кейт Бланшетт: Отношения с Sì и Armani Beauty органически выросли из моих творческих отношений с мистером Армани. Не секрет, что я очень уважаю его и давно вдохновляюсь тем, как он превозносит женщин во всей их удивительной сложности. Моя роль? Я думаю, она в усилении того, что олицетворяет Armani: изящность, непринужденный шик, мягкая элегантность, любовь к природе и любовь к жизни.

F.C.: Твое первое воспоминание о мистере Армани?
К.Б.: Наши творческие отношения с Джорджио Армани начались еще до того, как я впервые с ним встретилась. На свою первую зарплату я купила костюм от Armani, который ношу до сих пор. Лично мы познакомились на шоу Giorgio Armani Privé: тогда на примерке платья были только он и я. Мой французский был не в лучшей форме, и поэтому у нас случился такой тихий момент, когда он опустился на колени и приколол подол моего платья. Мне это показалось очень трогательным. Он такой упорный и уверенный в себе, но в то же время поразительно скромный.

F.C.: Твое видение красоты, оно какое?
К.Б.: Представления о красоте постоянно меняются. Во-первых, я нахожу мир сам по себе очень красивым и вдохновляющим. Он часто бывает неожиданным и удивительным в своей двойственности. Представление о красоте как о состоянии совершенства для меня странно, потому что именно недостатки и несовершенства раскрывают уникальность, изящность и силу. В конечном счете, я считаю, что настоящая красота постоянно развивается. Она почти неуловима и недостижима.

«Очевидно, что многим женщинам предстоит пройти еще очень трудный путь, но я чувствую, что среди женщин формируется климат, в котором обсуждать наши неудачи и страхи так же приемлемо, как и делиться своими успехами и вдохновением»

F.C.: Как, на твой взгляд, менялась концепция красоты в последние годы?
К.Б.: Люди часто говорят о том, что красота их поражает и ошеломляет, но я нахожу, что зачастую ты открываешь что-то действительно прекрасное почти случайно. Особенно за последние 12 месяцев я почувствовала, как эта концепция «тихой» красоты раскрылась мне. Возможно, потому что и я была более открыта для нее. Красота заключается в деталях, часто в мелких, почти скрытых, которые сначала ты можешь упустить из виду.

F.C.: Кого (и что) ты считала красивым во времена своего детства?
К.Б.: Я всегда считала, что Дэвид Боуи очень красив. Читая об Элеоноре Дузе (итальянская актриса, считается величайшей театральной актрисой своего времени. – Прим. ред.), я была уверена в ее абсолютной очаровательности, а голос Нины Симон – одна из самых прекрасных вещей, которые я когда-либо слышала.

F.C.: Самый запоминающийся момент с Armani Beauty за все годы вашего сотрудничества?
К.Б.: Их было так много! Например, пребывание на итальянском острове Пантеллерия – оно изменило мою жизнь. Это очень мощное место, которое сподвигает глубоко мечтать, глубоко любить и широко мыслить. Оно такое притягательное и первозданное, прямо как сам Джорджио.

F.C.: Какие эмоции пробуждают в тебе ароматы? Какую силу, по твоему мнению, они имеют?
К.Б.: Аромат определенно является проводником эмоций и воспоминаний. Это очень личное выражение самого себя и своих желаний. Необходимое, но одновременно с этим очень вдохновляющее и ободряющее.

F.C.: Что тебе больше всего нравится в послании, которое транслирует линия ароматов Sì?
К.Б.: Само название Sì является мощным посланием, побуждающим женщин к позитивному общению с собой и другими независимо от времени суток. Сказать «да» жизни, возможности, опыту – это, по сути, то, что мистер Армани делал всю свою жизнь. Он охватывает жизнь во всех ее сложностях: хорошее, плохое, прекрасное, захватывающее, пугающее, личное и публичное. Все это часть того, чтобы быть по-настоящему живым.

F.C.: Ты всегда говоришь Sì? Есть ли в твоей жизни еще какие-нибудь Sì, которые стоило бы сказать?
К.Б.: Так много Sì, которых я еще не сказала, так много вещей, которых я еще не сделала, так много мест, в которых я еще не была, и так много опыта, идей и сюрпризов все еще на горизонте. Я люблю удивляться жизни. Я всегда открыта в следовании направлениям, о которых порой не могла даже вообразить. Моя жизнь обычно очень насыщенна, хотя последние 12 месяцев были гораздо более спокойными и интроспективными, чем в предыдущие годы, и это само по себе было неожиданностью, которой мне пришлось сказать Sì. Часто высказывание Sì сопряжено с риском, но ведь именно риск приводит нас к приключениям и, как я проверила на собственном опыте, всегда открывает что-то новое.

F.C.: От Sì Eau de Parfum до Sì Eau de Parfum Intense и Sì Passione – какой аромат из коллекции Sì ты предпочтешь?
К.Б.: Это такой сложный вопрос! Мне нравится носить одновременно два аромата, дополняя ими друг друга. Я совсем недавно открыла для себя Sì Intense и, вероятно, именно поэтому сейчас склоняюсь к нему чаще всего.

F.C.: Понятие красоты Армани – это во многом про уверенность в себе. Когда ты чувствуешь себя наиболее уверенно?
К.Б.: Я чувствую себя наиболее уверенно, когда отдаюсь моменту: на сцене, в движении, в непринужденной беседе. Когда я чем-то очень вдохновлена, мне кажется, что я теряю ощущение самой себя, и, возможно, именно тогда я чувствую себя наиболее уверенно.

F.C.: Самое раннее воспоминание о макияже, которое запомнилось навсегда?
К.Б.: Самым ранним воспоминанием о макияже было открытие силы губной помады. То, как она может преобразить любое лицо, и то, каким изысканным и привлекательным я находила в детстве это преображение.





F.C.: Расскажешь о своих любимых средствах для макияжа и ухода за кожей ?
К.Б.: Конечно! Мне нравится, как консилер Luminous Silk справляется с маскировкой последствий стресса или недостатка сна, и как работает тональная основа Luminous Silk Foundation (мой оттенок – 3.75). Как и у большинства людей, мой фокус в макияже за этот год сместился на глаза: особенно мне нравится оттенок Rose Ashes (11) теней для век Eye Tint. И, как всегда, ключевым моментом является увлажнение – я ежедневно использую крем Crema Nera Supreme Reviving. И никуда без санскрина!

F.C.: Какой beauty-совет ты бы хотела получить в молодости?
К.Б.: Прими свои недостатки. Твое лицо и тело будут постоянно меняться на протяжении всей жизни, так что тебе лучше принять это изменение как можно скорее! И ухаживай за своей кожей, все-таки это самый большой орган в твоем организме.

F.C.: Правило красоты или ухода за кожей, которое ты постоянно нарушаешь?
К.Б.: Сон так важен для ясного мышления и заботы о своем теле, но я всегда ложусь спать очень поздно.

F.C.: Твоя кожа роскошно сияет. В чем твой секрет номер один?
К.Б.: Хотелось бы, чтобы ответ был более загадочным, но, честно говоря, помимо хорошего витаминного комплекса – витамин С и цинк жизненно необходимы – я просто держусь подальше от солнца, пью много воды, яблочный уксус по утрам и стараюсь высыпаться.

F.C.: Что для тебя означает быть женщиной в 2021 году?
К.Б.: Я никогда не была так взволнована перспективой



женского сотрудничества, независимо от культур, дисциплин и поколений, как сегодня. Сейчас имеется определенный уровень открытости, честности и обмена опытом; готовность взглянуть на наше коллективное прошлое, чтобы продуктивно и позитивно двигаться в будущее. Очевидно, что многим женщинам предстоит пройти еще очень трудный путь, но я чувствую, что среди женщин формируется климат, в котором обсуждать наши неудачи и страхи так же приемлемо, как и делиться своими успехами и вдохновением.

F.C.: А что для тебя означает быть сильной женщиной?
К.Б.: Власть и сила часто ассоциируются с деньгами и влиянием. Некоторые из самых по-настоящему влиятельных людей, которых я встречала, – это люди, которые владеют собой, они вовлечены, щедры и мудры. Лично я осознаю себя наиболее сильной, когда не пытаюсь что-то доказать кому-то, кроме себя.

F.C.: Какой твой любимый beauty-образ в рамках всей твоей фильмографии?
К.Б.: Ох. Я не считаю персонажа «красивым» или нет, это зависит от публики, от их восприятия. Создание образа персонажа всегда невероятно интересно и полностью зависит от кинематографиста, костюмера, сценариста и т.д. Например, работа над «Манифесто» Джулиана Розфельдта была для меня огромным удовольствием, потому что мы работали над обширным массивом героев: от бездомного человека до ведущей теленовостей.

F.C.: Твоя фильмография включает также продюсерскую деятельность. Что дает тебе продюсирование по сравнению с актерской игрой?
К.Б.: Мне всегда нравилось быть частью целого проекта. Для меня моя роль как актера часто оказывается последней точкой фокусировки, поэтому пребывание в проекте в качестве продюсера – это невероятно захватывающее и естественное пространство. Некоторые продюсеры мыслят финансово, некоторые продюсеры мыслят творчески, а некоторые продюсеры заинтересованы в обоих лагерях и могут объединить их. И мне хотелось бы думать, что я тоже отношусь к этой категории. |









Стереть все границы

Весенне-летний сезон ознаменован буйством красок – причем не только в одежде. Радужный маникюр, неоновый макияж стали частью повседневной униформы. А как насчет эксцентричных причесок и разноцветных локонов, идущих в комплекте с мужским деловым костюмом?



«Деловой стиль подразумевает сдержанную стрижку. Яркие волосы – удел дерзких подростков», – эти утверждения настолько прочно укоренились в общественном сознании, что, кажется, оспорить их просто невозможно. Но не тут-то было. Стилисты Cosmico совместно с брендом Historia готовы взять реванш. Чем разнообразить клетчатый костюм коричневого цвета? Взъерошенной прической ярко-зеленого цвета! Современная элегантность не терпит стереотипов. Помпадур в средневековом стиле с легкостью становится пепельно-белым или, скажем, глубоким синим. Впрочем, цвет отходит на второй план, когда в главных ролях выступают смелая идея на пару с безграничной фантазией.

Фотограф: Таня Шумская

Стилист: Анна Малец

Волосы: Евгений Шатохин, Дмитрий Найден, Маргарита Буйко-Черницкая, Антон Цап, Виктория Бычковская

Модели: Historia menswear



Не в глаз, а в бровь

Одним весенним днем мы встретились с Кариной Момат, задали ей несколько вопросов о профессии brow-мастера и попросили разрешения заглянуть в профессиональную косметичку. Как отрастить роскошные брови, что общего у бровистики и медицины и почему не стоит тратиться на люксовые гели для бровей – это интервью ответит на многие важные для ваших бровей вопросы

Fashion Collection: Как ты пришла в brow-индустрию?

Карина Момат: В какой-то момент мне захотелось заниматься чем-то, связанным с beauty-индустрией, но не просто фотографировать баночки или рассказывать про парфюм, а чем-то, что приносило бы мне доход. Подруги и знакомые всегда спрашивали «У тебя такие густые брови, что ты с ними делаешь?» – и я решила, что работа с бровями и ресницами могут стать началом моего пути. Я также пробовала себя в макияже, но это оказалось для меня не так интересно.

F.C.: Тем, кто не знаком с профессией бровиста, было бы интересно узнать, в чем она заключается.

К.М.: Я выполняю такие стандартные процедуры, как окрашивание, коррекция бровей и всеми любимая биофиксация (или долговременная укладка бровей). Большинство моих постоянных клиентов – это люди, которые пришли с очень плохим исходным материалом, а с помощью специальных уходовых процедур и правильной коррекции мы за несколько месяцев (у некоторых это может занимать и год) отращиваем красивые широкие естественные брови.

F.C.: Ты предвосхитила мой следующий вопрос: как отрастить такие широкие роскошные брови, как у Карины Момат?

К.М.: Брови требуют такого же ухода, как волосы и кожа лица. Если у вас классный исходный материал, то это меньше затрат, если не очень, нужно делать специальный массаж щеточкой, использовать масла, иногда делать уходовые процедуры и коррекцию, но только у профессионала.

F.C.: Действительно, очень многие пренебрегают регулярным уходом, хотя он необходим. Какие советы ты можешь дать по уходу за бровями в домашних условиях?

К.М.: Во-первых, используйте щеточку как инструмент для механического пилинга бровей. В течение дня многие из нас носят довольно плотный макияж, который в том числе касается бровей, и им тоже необходимо очищение, так как это главный этап ухода. После вечернего умывания прочесывайте брови в течение нескольких минут плотными круговыми движениями, чтобы очистить их и сделать легкий массаж. Во-вторых, наносите различные масла. Например, смесь масла усьмы и масла черного тмина – крутейший микс для отращивания бровей. Что касается популярных сывороток Xlash и Xbrow, то я сама пользовалась этими средствами, и у меня есть сомнения насчет их



составов. Да, с их помощью можно отрастить широкие брови и длинные ресницы, но, как только ты перестаешь ими пользоваться, все возвращается на исходные позиции. Такой эффект заставляет задуматься, нет ли в составе этих средств гормонов.

F.C.: Расскажешь про свою личную brow-косметичку?

К.М.: У меня все очень просто: есть три любимых карандаша. Первый – светло-коричневый тонкий механический карандаш Vivienne Sabo, с помощью которого можно аккуратно прорисовать бровинки и после расчесывания щеточкой получить очень естественный эффект. Второй – восковой карандаш профессионального бренда линейки Lucas более темного коричневого оттенка: его я его использую в качестве универсального карандаша для прокрашивания бровей и века. Третий карандаш – восковой карандаш Tom Ford для придания дымки. И несколько гелей для бровей: люблю бюджетные гели, так как считаю, что их нужно менять достаточно часто, хотя бы раз в месяц. Мне нравится гель для бровей и ресниц BelorDesign, гель для бровей Art-Visage. Не вижу смысла покупать гель для бровей за 50 $, если можно купить прекрасный продукт за 3 $, который будет выполнять те же функции.
У карандашей есть отличия: Tom Ford ложится более мягко, более дымчато, не осыпается, Lucas более плотный и пигментированный. Если выбирать между покупкой дорогого геля и дорогого карандаша, то я выберу дорогой карандаш и гель попроще.

F.C.: Карина, ты очень целостный и гармоничный человек. Наверняка у тебя есть свои способы оформления рабочего места и свой подход к рабочему процессу?

К.М.: Мои инструменты, их цвет и то, как они разложены на столе, отражают мою суть. Они почти всегда расположены на металлическом подносе с различными лопатками, которые используются в медицине, потому что мне очень близка медицинская тематика. У меня почти всегда играет музыка с личным плейлистом под настроение, которое бывает абсолютно разным. И спокойный разговор с клиентом. Очень часто ко мне приходят люди не как к бровисту, а как к человеку, и потом становятся постоянными клиентами. Стиль моей работы достаточно естественный: я за сохранение натуральной красоты и не люблю сильно менять форму бровей, не ухожу от их природного цвета больше, чем на полтора тона. За это меня, наверное, и находят мои люди.

F.C.: Какой твой самый любимый момент в работе с клиентом?

К.М.: Момент, когда человек берет зеркало по окончанию работы и остается доволен результатом. И это очень приятно, что ты не только механически выполнил какую-то работу, но и доставил клиенту удовольствие, что он будет ходить и наслаждаться своим отражением в зеркале. Казалось бы, это такой маленький момент, но особенно сейчас, когда мы все носим маски и фокус смещается на верхнюю часть лица, брови играют огромную роль.

F.C.: Ты опираешься на тенденции относительно бровей в работе?

К.М.: Я работаю, в первую очередь опираясь на архитектуру лица и придерживаясь своих личных предпочтений и предпочтений клиента. Архитектуру бровей, которую

текст и фото | Яна Войтеховская



1

2

3

мы изучаем в brow-школах, не всегда возможно идеально применить к какому-то конкретному человеку. Сейчас мы видим тренд на натуральность, пудровое окрашивание, легкую небрежность и даже легкую диковатость бровей, но я считаю, что гармоничность важнее трендов.

F.C.: А как обстоят дела с обучением?
К.М.: Я обучалась у мастера Анжелики Цвик: очень люблю ее работы, и сама она как человек очень мне импонирует. Сейчас много школ и онлайн-курсов; я сама проходила несколько онлайн-курсов по колористике, по международным тенденциям в бровях. Здесь нужно отталкиваться сугубо от того, что вам нравится и какой стиль привлекает. Я обучаю своих учеников в том направлении, в котором сама же и работаю: естественно, без перебора. Лучше добавить меньше цвета, чем переборщить, лучше оставить пару лишних бровинок, чем перещипать брови. Сейчас можно пройти как крутое онлайн-обучение, так и выучиться в физических школах – как вам удобнее.

F.C.: Какой совет ты можешь дать не только начинающим brow-мастерам, но и тем людям, которые хотят попробовать себя в beauty-сфере, но не знают, с чего начать?
К.М.: Изначально стоит определиться, хотели бы вы заниматься макияжем, волосами или, может быть, массажем. И осознать, что в работе, связанной с красотой и людьми, нужно быть хорошим психологом. Ведь это не просто макияж, а например, макияж невесты, для которой свадьба является важным событием в жизни. Или первый поход девушки-подростка на коррекцию бровей – это большая ответственность. Вы должны понимать, что вам предстоит не только делать что-то физически, но и быть хорошим beauty-психологом. Научиться накладывать тон или рисовать ровную линию бровей может любой человек любого пола и любого возраста, но гармонично видеть и понимать, что подойдет человеку, а что нет – здесь уже должна быть какая-то эстетическая насмотренность и бьюти-интуиция, которая будет вам подсказывать, двигать в нужном направлении. Мне кажется, это актуально для всех сфер, связанных с красотой. Не каждый может быть стилистом, хотя многие могут изучить историю моды и неплохо разбираться в цветотипах.

F.C.: Что касается вдохновения, где ты его черпаешь?
К.М.: Меня очень вдохновляют мои коллеги из beauty-сферы. Я очень люблю макияжи Кати Эйфории: каждый раз, когда смотрю на ее работы и курсы, мне хочется двигаться дальше и развиваться. Еще меня вдохновляет Марта Юринец: раньше она была связана с ногтевым сервисом, а сейчас выступает коучем по развитию людей в beauty. Также меня вдохновляет моя коллега по работе Лиза: я очень люблю ее работы – она из самых простых средств может сделать крутой макияж и крутые брови. Меня вдохновляют мои клиенты и те моменты, когда они видят свое отражение в зеркале и радуются, – это придает сил расти дальше.

F.C.: И мой финальный вопрос: твое главное правило как бровиста?
К.М.: Не навреди (смеется).

F.C.: Кстати, это тоже отсылает нас к медицинской тематике.
К.М.: Мой первый университет был как раз медицинский. Первое правило врача – не навреди. Мне кажется, это касается и косметологов, и makeup-артистов, и brow-мастеров. Не навреди, постарайся выполнить процедуру для человека максимально комфортно (некоторые из них все-таки болезненные, особенно перманентный макияж) и вдохновить его на то, чтобы нести красоту в этот мир.



4


5


6



7

8

ИНСТРУМЕНТЫ

1. Машинку Bishop можно использовать как для перманентного макияжа бровей, так и для татуировок. Мне очень нравится ее внешний вид, упаковка, она тяжелая и увесистая, и когда ты берешь ее в руки, то понимаешь, что это не просто beauty-инструмент, а инструмент татуировочный.

2. Бандажный бинт, которым обматывается инструмент для перманентного макияжа и заранее изолированный пленкой провод. Может быть любого цвета, но я предпочитаю черный.

3. Иглы для перманентного макияжа с одним острием, одноразовые.

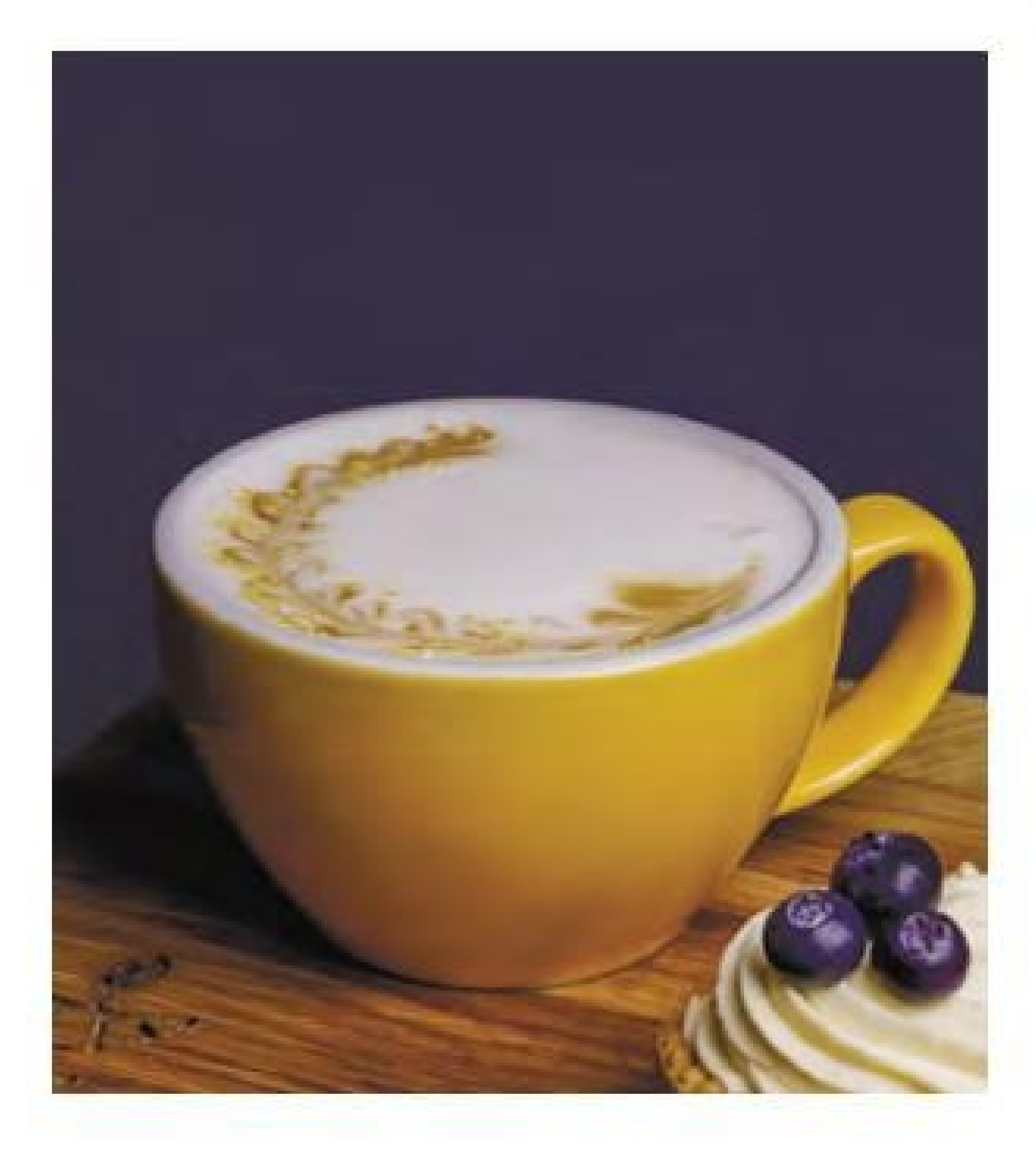
4. Инструменты для смешивания краски. Миксер для смешивания краски, на который надевается специальная одноразовая насадка. При смешивании кистью дисперсия раствора происходит гораздо медленнее. Лопатки из медтехники для смешивания и нанесения краски.

5. Обезжириватель для очищения бровей и подготовки к нанесению макияжа или к окрашиванию; любимый гель для бровей не только мной, но и многими brow-артистами от Art-Visage; санитайзер.

6. Две любимые кисточки – Bobbi Brown (хотя эта кисть предназначена не для окрашивания, мне нравится ее плотность и скошенный край) и Lucas (очень удобно держать в руках).

7. Складная щеточка для ресниц и бровей Lucas хорошо прочесывает реснички и брови, так как выполнена из стали.

8. Пинцет для ресниц, который я использую для бровей. Он очень тонкий, очень острый, и им удобно убирать труднодоступные волоски и разделять реснички при окрашивании. |



Gastrofest по всей стране

Впервые республиканский гастрономический фестиваль Gastrofest пройдет по всей стране! С 15 апреля по 2 мая одновременно в Минске, Бресте, Гомеле, Гродно, Витебске и Могилеве. 90 заведений Беларуси представят гостям свои дегустационные сеты. Стоимость вас приятно удивит!

«Мартин Маржела»

Фонд Lafayette Anticipations представит этой весной выставку одного из самых загадочных бельгийских дизайнеров. Мартин Маржела не фотографируется, не дает интервью и фактически общается с нами лишь с помощью своих работ. Мы видели уже сотни выставок модного наследия Мартина, пришло время присмотреться к нему как к художнику.





Рёдзи Икэда

Подземные пространства и лабиринты 180 The Strand – обиталища звукозаписывающей студии Vinyl Factory и лондонской Недели моды – перевернут с ног на голову, и все ради выставки японца Рёдзи Икэды, который работает в жанре светозвуковых инсталляций. Ранее столь масштабных экспозиций в Европе у художника не было.180 Studios, Лондон, Великобритания, весна 2021 года.



Иной взгляд

Достойный ответ на всеобщую одержимость молодежью: выставка Another Energy в Mori Art Museum посвящена художницам за семьдесят (в том числе и великолепной Кармен Эррере, которой сейчас 105). По мнению кураторов, эти женщины представляют альтернативный взгляд на последние полвека истории, на все волнения и социальные трансформации, которые произошли за минувшие 50 лет. Каталог выставки будет издан после открытия.



«Эми Уайнхаус: 10 лет спустя»

BBC готовит документальный фильм, посвященный жизни и творчеству Эми Уайнхаус. Проект получил название Amy Winehouse: 10 Years On («Эми Уайнхаус: 10 лет спустя»). Новая документальная лента примечательна тем, что в ней примут участие родственники и друзья певицы, а также ее мать, Дженис Уайнхаус.Фильм будет доступен для просмотра уже в июле.

текст | Екатерина Сакович || фото | архив Fashion Collection

Стиль жизни



При первой встрече с новым Mercedes-Benz S-Class невозможно оторвать взгляд от правильных пропорций и безупречных линий



С заботой о главном. О Вас!

В первые дни весны дышится легче, все вокруг требует обновления и свежего ветра. Именно с этим настроением автомобильный дом «Энергия ГмбХ» привез в Беларусь новый Mercedes-Benz S-Class. Точнее, абсолютно новый Mercedes-Benz S-Class. Как и полагается лидеру, этот автомобиль является воплощением интеллекта, стиля и харизмы





Увидеть новый Mercedes-Benz S-Class первыми смогли настоящие ценители бренда, для них была подготовлена особенная персональная презентация. Минимум контактов, максимум экранов и спецэффектов, акцент на новом автомобиле, все было сделано с заботой о главном. О Вас!

При первой встрече с новым Mercedes-Benz S-Class невозможно оторвать взгляд от правильных пропорций и безупречных линий. Аэродинамика автомобиля доведена до совершенства.

Новый S-Class получил уже в базовой комплектации светодиодную систему Multibeam Led. Хотите большего? Выбирайте топовую оптику с технологией Digital Light. Каждая фара содержит свыше 1 миллиона подвижных микрозеркал, которые проецируют свет в нужную точку. Система Digital Light реагирует на изменение условий движения, дороги или погоды. Фары предусмотрительно подсвечивают пешеходов и дорожные знаки, опускают свет, когда радары зафиксировали встречный автомобиль, и буквально рисуют предупреждающие символы на дорожном полотне. Магия? Нет, инновации и интеллект.

Создатели Mercedes-Benz совершили цифровую революцию. Минус 27 физических кнопок в салоне, сенсорные кнопки на дверях, потолке, руле и дисплеях и мультимедийная система MBUX второго поколения по центру. Открыть панорамную крышу можно жестом или голосовой командой. Общее число экранов в интерьере достигает шести – MBUX, приборная панель, 2 дисплея для пассажиров заднего ряда, сенсорный планшет в центральном подлокотнике и проекционный дисплей перед водителем.

текст и фото | предоставлены Mercedes



«Салон нового S-Class – это синоним комфорта. Четырехзонный климат-контроль, активная светодиодная подсветка салона, акустическая система объемного звучания и функции подогрева, вентиляции и массажа в креслах»



Камеры, радары, ультразвуковые датчики – этот автомобиль поднимает безопасность на новый уровень. Системы Mercedes-Benz реагируют на пешеходов, велосипедистов и другие машины, предупреждают об угрозе и, если нужно, активно содействуют водителю.

Настоящая революция в технологиях безопасности – это фронтальные подушки безопасности для задних пассажиров. Подушки интегрированы в спинки передних сидений. Они срабатывают при лобовых столкновениях, раскрываются постепенно, защищают от удара о переднее сидение и способны значительно снизить нагрузку на голову и шею пристегнутых пассажиров.

Отдельного внимания заслуживает функция подруливания задних колес, которую Мерседес впервые предлагает в качестве опции. Эта функция адаптирует угол поворота максимум на 10 градусов. При этом диаметр разворота пятиметрового S-Class сократился на 2 метра и теперь даже меньше, чем у самого компактного седана Mercedes-Benz – у A-Class.

И конечно же, салон нового S-Class – это синоним комфорта. Четырехзонный климат-контроль, активная светодиодная подсветка салона, акустическая система объемного звучания и функции подогрева, вентиляции и массажа в креслах. Все, о чем можно было мечтать, и даже больше.

Mercedes-Benz представляет первый в своем роде 4D-звук. Если автомобиль оснащен акустической системой объемного звучания Burmester® 4D класса High End, приготовьтесь к новому опыту. В подушки сидений встроены 8 динамиков, чтобы вы могли не только услышать, но и почувствовать вибрации низких частот.

Интерьер нового Mercedes-Benz S-Class призван буквально чувствовать и угадывать ритм своего водителя и пассажиров. Автомобиль готов предоставить вам многофункциональную рабочую среду или создать атмосферу уединения и безмятежности. Роскошный мобильный офис или ощущение, словно вы дома? Вам решать, вы здесь главный. А Mercedes-Benz S-Class позаботится об исполнении ваших желаний. С заботой о самом главном. О Вас! |



Культ неюности

Как в 57 лет победить в международном конкурсе красоты Ms.Top Of The World и впервые выйти на подиум на Belarus Fashion Week? Это работа над собой или дело случая? Ageless-модель Татьяна Бределева поделилась своей историей успеха

В недавнем прошлом Татьяна – инженер по технадзору, человек отнюдь не публичный. В молодости ее рост 163 не вписывался в модные рамки. А после 50 оказалось, что параметры едва ли имеют значение. С выходом на заслуженный отдых Татьяна стала всячески заполнять свободное время: тренажерный зал, фитнес, танцы, тайский бокс, сквош, курсы моделинга. А конкурс красоты стал трамплином в мир большой моды.

Fashion Collection: Татьяна, как вы стали участницей конкурса Ms.Top Of The World?
Татьяна Бределева: Главный мой мотиватор – сын. Именно он увидел объявление о кастинге и придал уверенности: «Кто, если не ты?» Сама бы я вряд ли отважилась. У нас с сыном особые отношения. Отдых, ремонт в квартире, мои занятия спортом, обновление гардероба – он моя поддержка во всем.

F.C.: Какой главный посыл вы хотели донести, участвуя в конкурсе?
Т.Б.: Жизнь после 50 только начинается. Надо любить себя в любом возрасте, ведь красота не увядает с годами.

F.C.: Какая из конкурсных фотосессий показалась вам самой сложной? Почему?
Т.Б.: Пожалуй, образ фигуристки. Мало того, что в купальнике, так еще и на коньках! А я на лед выходила лет 40 назад. Это был вызов, который я с честью прошла. Впрочем, все фотосессии мне запомнились.

F.C.: Для фотосессии в национальном костюме вы выбрали образ Барбары Радзивилл. Чем обусловлен такой выбор?
Т.Б.: Хотелось показать, какое у нас богатое историческое и культурное наследие. Чтобы Беларусь не ассоциировалась исключительно с вышиванками и передниками. Образ первой красавицы ВКЛ окутан многими тайнами. Но я была бы не я, если бы поддалась предрассудкам и испугалась. Пожалуй, умение бросать вызов судьбе – это то, что нас объединяет с Барбарой.







F.C.: В чем секрет вашей молодости?
Т.Б.: Каждый день я просыпаюсь с мыслью, что я самая счастливая. В этом, пожалуй, и весь секрет: независимо от обстоятельств находить в каждой ситуации повод для оптимизма.

F.C.: На каком месте в вашей жизни стоит спорт?
Т.Б.: На первом, конечно, образ жизни. Ежедневные тренировки приводят в порядок не только тело, но и голову. Появляется больше сил и желания не сидеть дома в пледе, а познавать что-то новое.

F.C.: Как вы за собой ухаживаете? На что нужно обращать большее внимание в «возрастном» уходе?
Т.Б.: Не думаю, что чем-то удивлю: правильное питание, хороший сон и уход за кожей. Профессиональные кремы, ежемесячный уход у косметолога. Больше, конечно, уделяю внимание рукам и шее – они выдают возраст.

F.C.: Используете ли вы макияж на повседневной основе? Из чего состоит ваша базовая косметичка?
Т.Б.: Декоративной косметикой пользуюсь редко. Яркий макияж только добавляет возраста. Базовая косметичка – смешиваю тональный крем с увлажняющим (фирмы MAC, он дает сияние кожи). Плюс румяна, тушь и помада.

F.C.: Расскажите о своих стилевых предпочтениях. Что вы носите на повседневной основе?
Т.Б.: Мне нравятся приталенные платья и юбки выше колен. Но сейчас я отошла от нарядов. Кроссовки, джинсы, курточки – спортивный стиль стал моим основным в силу активного образа жизни. Хотя после конкурса красоты в гардеробе прибавилось вечерних нарядов – в том числе белорусского бренда Unona. В них я была на финальных испытаниях.

F.C.: Следуете ли вы правилам «возрастного» гардероба?
Т.Б.: Одеваться надо не по возрасту, а по фигуре. Могу надеть сарафан в пол с кроссовками, рваные джинсы, косуху, даже ботфорты с кожаной мини-юбкой. Главное – уместность и грамотное сочетание, чтобы ваш образ не выглядел слишком легкомысленным.

F.C.: Какие советы вы могли бы дать возрастным моделям?
Т.Б.: В Беларуси ухоженных и стильных дам "за..." (никак не старушек!) становится все больше. На Belarus Fashion Week я была не одна – участвовали возрастные модели из других белорусских городов. Поверили в себя – вдохновляйте своим примером других! Ведь стиль – это не только финансовые возможности, но и внутренняя свобода, самоуважение и умение быть собой. |

текст | Мария Иванова || фото | из личного архива героини

Театральная афиша Минска



Наталья Волонцевич, театральный критик, кандидат искусствоведения, организатор Театрального клуба в Минске, ведет блог о театре @vmeste.v.teatr

Представляем новую рубрику «Театральная афиша» Наталья Волонцевич – театральный эксперт, подобрала самые яркие постановки, которые можно посмотреть в Минске с апреля по май. Выбирайте то, что по душе, и получайте удовольствие!



«ГАМЛЕТ» В РАМКАХ ПРОЕКТА «ЗОЛОТАЯ МАСКА В КИНО»

Затаив дыхание, вы будете смотреть на блистательную игру Данилы Козловского, Ксении Раппопорт и Елизаветы Боярской. Знаменитый режиссер Лев Додин продемонстрирует вам совершенно незнакомого датского принца. Насколько вы готовы к встрече с Гамлетом, не являющимся гуманистом, и поиску ответов на вечные вопросы: кто же совершает зло и почему?
В Falcon Club бутик кино 14 апреля



«КАЛЕКА С ОСТРОВА ИНИШМААН»

Интеллектуальная трагикомедия Мартина МакДонаха, одного из самых известных современных драматургов, основана на реальной истории 1930-х годов о съемках фильма об ирландских рыбаках. Мрачноватый юмор о никчемной жизни на далеком острове, о себе и ближнем. Премьерный спектакль затрагивает столь больные для нас темы: кто живет внутри нас и мечтают ли жители сбежать с острова или от себя?
В РТБД 15-16 апреля, 3 мая



«НИКОЛАША»

Для любительниц визуально красивых постановок – must see. Ироничность чеховской комедии «Иванов» проявилась в шикарных, стилизованных под модерн костюмах, с невероятными цветочными принтами (художница Людмила Скитович). В яркой сценографии, наглядно демонстрирующей, как произведения искусства могут превратиться в масс-культуру, китч. В обмельчавших мечтаниях и свершениях людей.
В Театре кукол 17 апреля, 7 мая

«ЗАПИСКИ ЮНОГО ВРАЧА»

Настоящим подарком для ценительниц творчества Евгения Корняга и Татьяны Нерсисян станет премьера по мотивам ранних булгаковских рассказов. Все подробности о новой постановке держатся в секрете, но судя по названию спектакля «препарироваться» будут страхи, боль, чувства Мужчины.

В Театре кукол 22, 23 апреля, 6 мая

«ШЛЮБ З ВЕТРАМ»

Экспериментальный спектакль Евгения Корняга и Екатерины Аверковой – театральный хит последних лет. Постановка завораживает зажигательной энергией и звучанием, потому что соткана не из слов, а из народных песен, лирично-щемящих или агрессивно-жестких. За длинным свадебным столом Жених и Невеста, Мать жениха, Мама невесты, гости и камера, вечный спутник нашей жизни. Отношения стремительно накаляются, и уже чудятся поминки, а не веселое торжество...

В РТБД 17, 29 апреля, 6 мая



«МАЙГО ЮНАЦТВА КРЫЛЫ»

Трактовка истории о Калиновском в поэтическо-пластическом спектакле уходит далеко от привычного образа нашего национального героя. Каким человеком он был, что чувствовал, о чем мечтал? В исполнении молодых актеров вы увидите проникновенную версию его жизни.

В Театре юного зрителя 29 апреля



«ПАНСИОН «BELVEDERE»

В трогательном спектакле без единого слова рассказывается не о проблемах стареющих людей, а о жизнерадостности и любви к жизни – без ерничанья и отрицания, с теплом и искрометным юмором. Каким бы слабым ты ни был, как бы сложно тебе ни приходилось, нужно уважать себя и оставаться человеком. Надеть галстук, делая предложение даме, не соглашаться есть пресную пищу, следовать своему сердцу. А в финале актеры снимут маски, и вы поразитесь, кто кого играл.

В Театре кукол 30 апреля, 14 мая

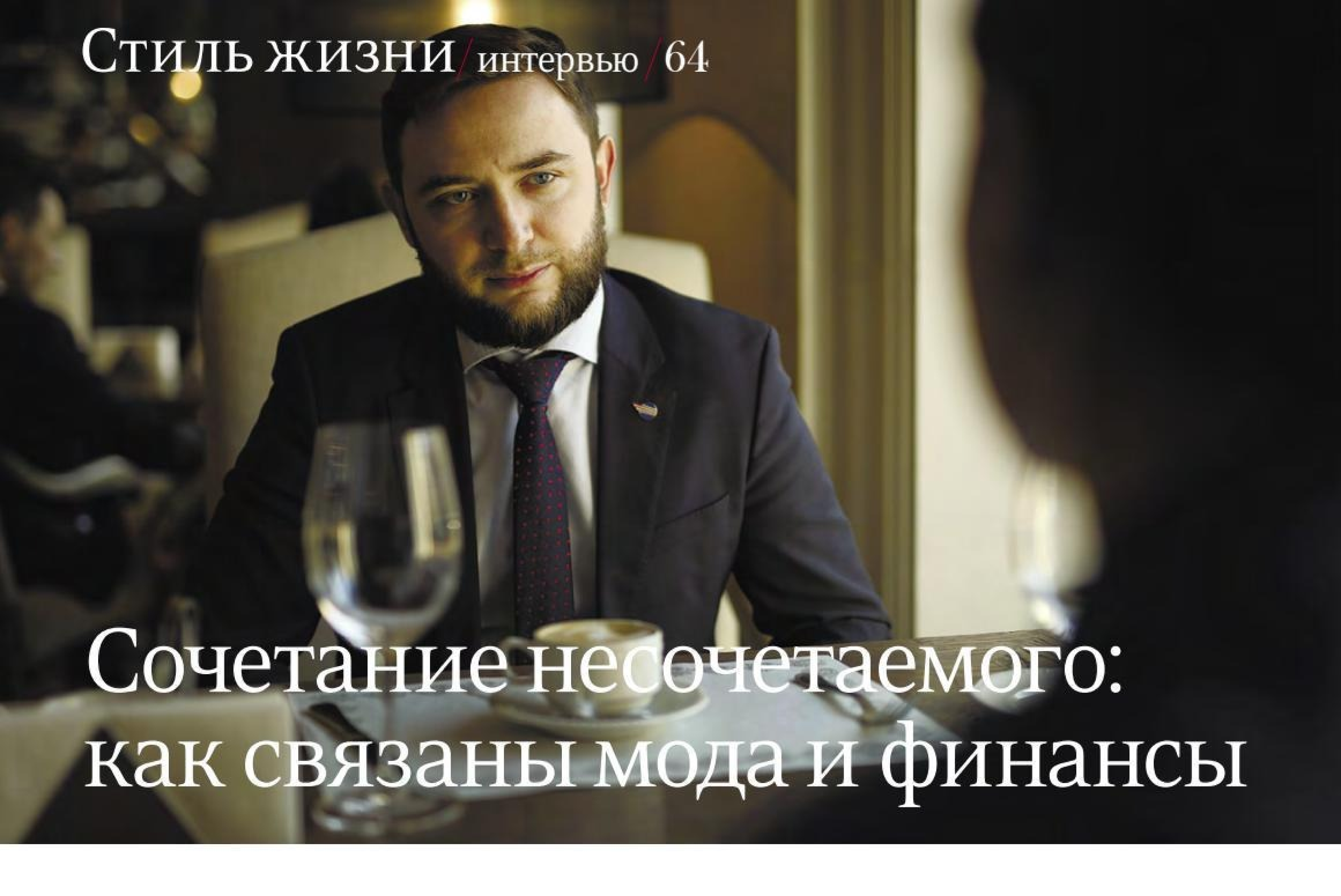


«АННА КАРЕНИНА»

Стоит сходить на этот красивый балет из-за эмоционально-драматичной музыки Петра Чайковского, «кинематографичной» сценографии Александра Костюченко, потрясающих костюмов Нины Гурло, экспрессивного, чувственного, а в некоторых эпизодах – страстного исполнения известной истории в постановке Ольги Костель. Партию Анны Карениной будет исполнять народная артистка Беларуси Ирина Еромкина.

В Большом театре Беларуси 30 апреля |

текст | Наталья Волонцевич || фото | предоставлены автором



Сочетание несочетаемого: как связаны мода и финансы

Мы привыкли, что «тренды» чаще всего про fashion-индустрию. Однако это далеко не так. Сегодня тенденции правят бал в любой сфере – финансовой в том числе. Каким образом модные тренды влияют на банковские продукты и сервисы? Узнали у Никиты Козырева, директора по розничному бизнесу МТБанка.

Fashion Collection: Какое значение в бизнесе имеет дизайн продуктов и сервисов? В какой конкретной части он находит наибольшее применение?
Никита Козырев: Дизайн часто определяет сущность продукта и позволяет завладеть вниманием целевой аудитории, тем самым гарантируя или нивелируя любовь к бренду в целом. Дизайн позволяет таргетировать коммуникационное сообщение на заданный сегмент, расставить нужные акценты, донести суть предлагаемых продуктов и сервисов. В первую очередь дизайн находит применение в картах и, конечно, форм-факторах при продаже – это и красивые конверты, и особый сторителлинг, в котором проявляется внимание к клиенту.

F.C.: Расскажите, как происходит процесс разработки дизайна продукта?
Н.К.: На наш взгляд, крайне важно, чтобы именно клиент был отправной точкой в процессе разработки любого продукта или услуги. Поэтому основной этап разработки связан с исследованием потребителей (поиск «болевых точек», изучение отношения к самому продукту, эмоциональное и рациональное восприятие). Учитываются также функциональные особенности продукта, конкурентное окружение, последние тренды в дизайне. На этой основе разрабатываются креативные концепции и прототипы продукта. Масштабируется только та концепция, которая прошла успешное тестирование.

F.C.: Какие исследования для этого проводятся?
Н.К.: Большая доля исследований приходится непосредственно на этап разработки самого продукта.

Если вернуться к дизайну, то на основании существующих трендов создается несколько концепций. Каждая из них тестируется с помощью опросов, фокус-групп и глубинных интервью. Как бы нам ни нравился дизайн, важно, чтобы его оценили клиенты, – для этого и проводятся исследования.

F.C.: Как отслеживаются тренды?
Н.К.: В digital-мире с этим нет особых проблем. Вся свежая информация доступна онлайн – можно отследить тенденции масштаба всего мира. Для того чтобы быстрее улавливать, что вскоре станет трендом, мы активно пользуемся трендвотчингом. Это практика регулярного отслеживания потребительских и индустриальных трендов, которая применяется для создания инновационных продуктов. Кроме того, мы работаем с профессионалами в части дизайна – и они делятся с нами своей экспертизой. Вся эта совокупность позволяет нам быть в лидерах рынка и постоянно приятно удивлять наших клиентов новыми качественными продуктами и сервисами.

F.C.: Как происходил ребрендинг Халвы? Что изменилось в дизайне?
Н.К.: Безусловно, в современном мире, очень «ускоренном», всегда есть место кардинальным переменам. Мир меняется, а значит, меняться должен и продукт, чтобы отвечать на новые запросы потребителей. В случае с Халвой мы понимали, что и физическая оболочка, и функционал карты морально устарели. Появилось желание улучшать – и мы провели ребрендинг.

Обновленная Халва представлена двумя картами: Халва MIX и Халва MAX. В основе концепции – яркость, легкость и позитив. Знакомые всем классические полосы Халвы изменились: новые цвета (оранжевый и ультрамарин), выразительность линий, которые отражают оптимальность Халвы MIX и воронку возможностей Халвы MAX.

F.C.: Какие инструменты и каналы вы используете, чтобы оставлять приятные впечатления у клиента?
Н.К.: Мы целенаправленно проектируем положительный клиентский опыт от начала и до конца, и вся команда банка работает над системой взаимодействия с клиентами. И речь идет не только про основные точки контакта (интернет-банк, мобильное приложение, сайт), но и другие средства взаимодействия: язык общения в Контакт-центре, дизайн интерьера, наши МТБусы – передвижные отделения. Кстати, в 9 наших отделениях в Минске работают в формате PetFriendly, и мы всегда рады нашим клиентам и их питомцам. Словом, делаем все, чтобы поддерживать качество обслуживания как offline-формате, так и, например, в мессенджерах и соцсетях.

Конечно, никто не идеален, и порой случаются нестандартные ситуации, возникают сложные вопросы, какие-то сервисы могут работать некорректно, появляются проблемы с оборудованием. Но мы стараемся делать все, чтобы максимально быстро вернуть нашим клиентам возможность полноценно пользоваться услугами.

F.C.: Какую роль в этом играет ваш корпоративный сайт?
Н.К.: Сайт, наряду с социальными сетями, является важным каналом коммуникации с клиентами. Недавно мы запустили новую версию корпоративного сайта: он прост и удобен в навигации. Кардинально изменился и дизайн: в первую очередь он направлен на легкость восприятия информации.

F.C.: Расскажите, пожалуйста, о вашей новом цифровой продукте – карте Клевер. Чем она отличается от других, привычных нам карт? Какие особенности в ней уникальны?
Н.К.: Onliner Клевер – цифровая кобрендинговая карта, ее аналоги представлены на мировом рынке в редких экземплярах. Карта оформляется буквально в 5 кликов – это одно из важнейших ее преимуществ для современного человека. Помимо этого – мгновенный возврат 5% с каждой покупки в Каталоге и 1% от каждой покупки вне Каталога. Получать преимущества от своих повседневных действий – это всегда приятно. Мы понимали, что наши клиенты ждали такого продукта: современный платежный инструмент, не привязанный к «пластику», быстрые и выгодные покупки в один клик. Карту отличает трендовый дизайн с голографической текстурой, который делает ее нескучной и современной, такой, которой хочется обладать.

F.C.: В моде существует конкретное разграничение на продукты массовые и эксклюзивные. Как это происходит в финансовой сфере?
Н.К.: В нашей сфере существует нечто похожее. Есть премиальные продукты и сервисы, и даже эксклюзивные. Они доступны не очень большому количеству клиентов, а последние – практически единицам. Однако «премиум» становится все более демократичным и предлагает массовому сегменту доступные условия – взять, к примеру, нашу карту Hello, World. Поэтому можно сказать, что границы между сегментами размываются.

Нужно отметить, что банковский продукт массовый – с учетом того, что все мы так или иначе им пользуемся. Но говорить о конвейерности тут не совсем верно, ведь продукты разрабатываются и адаптируются под потребности абсолютно разных клиентов. Скорее, можно сказать, что банковский продукт – клиенто-ориентированный предмет.

F.C.: Насколько актуальна для банковской сферы эксклюзивность продукта?
Н.К.: С точки зрения конкурентоспособности – очень важна. Нужно и важно предлагать клиентам самые современные и эксклюзивные решения. Только так можно удержать лидерские позиции в современных реалиях, не забывая, конечно, про качество сервиса.

F.C.: Как бы вы охарактеризовали современный банк? Что он из себя представляет?
Н.К.: Современный банк – простой, удобный, дружелюбный, в котором клиенту все понятно и доступно. Такой банк выбирает клиентоцентричную сервисную модель и сфокусирован на желаниях и нуждах клиента, развивает продукты и услуги вокруг этого, старается максимально эффективно удовлетворить потребности. И выводит клиента на новый уровень отношений. |



текст | Виолетта Замировская || фото | Владимир Чурносов



Легендарный Ленни

В 2017 году Yves Saint Laurent Beauty выпустил новый мужской аромат и назвал его первой буквой в имени Ива Сен-Лорана, Y, название которой созвучно с английским словом «почему». Потому что все начинается с вопроса: «Почему нет?»

В 2021 году YSL Beauty расширили коллекцию фужерных ароматов для мужчин, выпустив Y Le Parfum, который отличается еще более чистым и чувственным звучанием. Новый аромат отражает характер мужчины YSL, идеальным воплощением которого является легендарный амбассадор Y, рок-легенда Ленни Кравиц, ведь мужчина YSL проявляет себя как настоящая рок-звезда во всех своих начинаниях. Он живет в своем ритме и всегда следует своим желаниям. Он знает, что достичь цели можно, только следуя своим собственным путем. Прислушиваясь к своей интуиции. Слушая музыку своего сердца.

Дерзкий и роскошный. Смелый, стильный, современный и вечно молодой. А главное – постоянно стремящийся реализовать себя. Ленни Кравиц – человек, которому есть что сказать и который хочет сделать мир лучше. А еще Ленни Кравиц – истинное воплощение философии Y. Потому что он всегда готов принять любой вызов, двигаться к новым вершинам, быть открытым всему новому, а главное – задавать себе и миру вопрос: «Почему нет?»

Дочь легендарного музыканта – актриса и музыкант Зои Кравиц – является амбассадором Yves Saint Laurent Beauty с 2017 года, а теперь и Ленни Кравиц стал частью семьи бренда. «Сейчас я сам иду по стопам своей дочери и очень этому рад», – гордо говорит Ленни.

«Он прирожденный артист, икона стиля, гуру дизайна и настоящая рок-звезда.

Ленни – невероятно харизматичный человек с потрясающим чувством стиля».

Антон Корбейн

В новой кампании показан один и из самых захватывающих и очень личных моментов в жизни рок-звезды. Это выход музыканта из-за кулис на сцену, отражающий его жизненный путь, – и все, что вело его к этому моменту. Моменту достижения главной цели, моменту полной самореализации – пронзительному выступлению перед обожающей его публикой.

Если кто-то и мог передать легендарность и уникальную личность рок-звезды, то это немецкий режиссер Антон Корбейн, который за свою карьеру успел поработать в разных направлениях, создавая фотографии, музыкальные клипы, художественные фильмы и рекламные ролики. Возможно, он наиболее известен тем, что запечатлел не одну легенду рок-н-ролла: от Joy Division до U2 и The Rolling Stones. От фотографии он перешел к видео и создал более 80 рекламных кампаний для таких групп, как Nirvana, Nick Cave и Coldplay. Первый полнометражный фильм Антона Корбейна «Контроль» о жизни и смерти солиста группы

текст | Яна Войтеховская || фото | архивы пресс-служб бренда

Joy Division Иэна Кертиса получил 20 наград, включая премию «Золотая камера» Каннского кинофестиваля.

Уже с первых кадров сердце пронзают знакомые аккорды песни Are You Gonna Go My Way. Сегодня эта песня звучит не менее современно, чем в момент ее выхода в 1993 году. Песня стала хитом и превратила обычного исполнителя в мировую суперзвезду.

Смена кадра – и камера фокусируется на переплетенных руках музыканта, увенчанных серебряными кольцами. Расположившись на заднем сиденье своей машины, в черной кожаной куртке Saint Laurent на голое тело и неизменных темных очках, Ленни Кравиц выглядит живой иллюстрацией к понятию рок-звезды. Его максимальная сосредоточенность передается через экран, словно наэлектризованный воздух перед бурей. Выйдя из машины, Ленни направляется в здание через толпу людей. В полной сосредоточенности музыкант останавливается перед зеркалом и снимает темные очки. Глядя на свое отражение, он видит момент, который привел его туда, где он находится сейчас.

Мы видим Ленни пятнадцатилетним подростком (в исполнении модели Джордана Брэдли), играющего на гитаре в своей комнате. Его музыкальное путешествие началось в возрасте шести или семи лет в тот день, когда отец взял его на концерт любимой группы The Jackson 5 в «Мэдисон-сквер-гарден».

«Там я понял, что это значит, когда ты видишь все своими глазами. Энергия живого выступления, подача музыкантов – я прочувствовал все это, увидел и услышал. Это стало переломным моментом. С того дня я был одержим идеей заниматься музыкой», – признается Кравиц.

Вскоре он уедет из дома с целью во что бы то ни стало реализовать свою мечту. Видя мир глазами молодого Ленни, мы чувствуем его страсть к музыке. Мы понимаем его надежды и мечты. Мы ощущаем тот момент, когда он впервые задал себе вопрос «Почему нет?»

Когда мы слышим этот вопрос, мы видим музыканта уже в настоящее время, все так же смотрящего в зеркало. Настало время для завершающего действия. Он берет флакон. Это финальный штрих – чтобы окончательно погрузиться в момент. Не просто аромат – состояние.

История завершается чувственным волнующим выступлением. Толпа ликует. Это момент полной самореализации. Ленни медленно падает в огромную толпу, которая подхватывает его на вытянутых руках, а тело музыканта с раскинутыми руками образует идеальную букву «Y», что создает практически сюрреалистичный образ.



«Он прирожденный артист, икона стиля, гуру дизайна и настоящая рок-звезда. Ленни — невероятно харизматичный человек с потрясающим чувством стиля».

Антон Корбейн

«Выход на сцену, показанный в видео, это метафорическое изображение жизни, – объясняет режиссер Антон Корбейн. – Путь, который музыкант проделывает, символизирует собой гораздо более значительный путь: путешествие, которое началось с мечты и которое привело его ко многим успехам. Это личный путь Ленни, и он полностью соответствует философии аромата Y».

Почему нет? Это не просто вопрос. Это жизненная позиция.



Кармен

Чувственная, огненная, она сгорает от любви, потрясая силой страсти и феерического темперамента





Фотограф: Настя Дейлик
@nastia_deilik

Дизайнер: Эльвира Басько
@ellybasko

Стилист: Лиза Логвина
@lizalogvina

Макияж и прическа: Таня Джаста @
justa.makeup

Модели: Азия Беганская
@azia_be и Иван Савенков
@brutal_bros

Шляпы: Ольга Люмьер

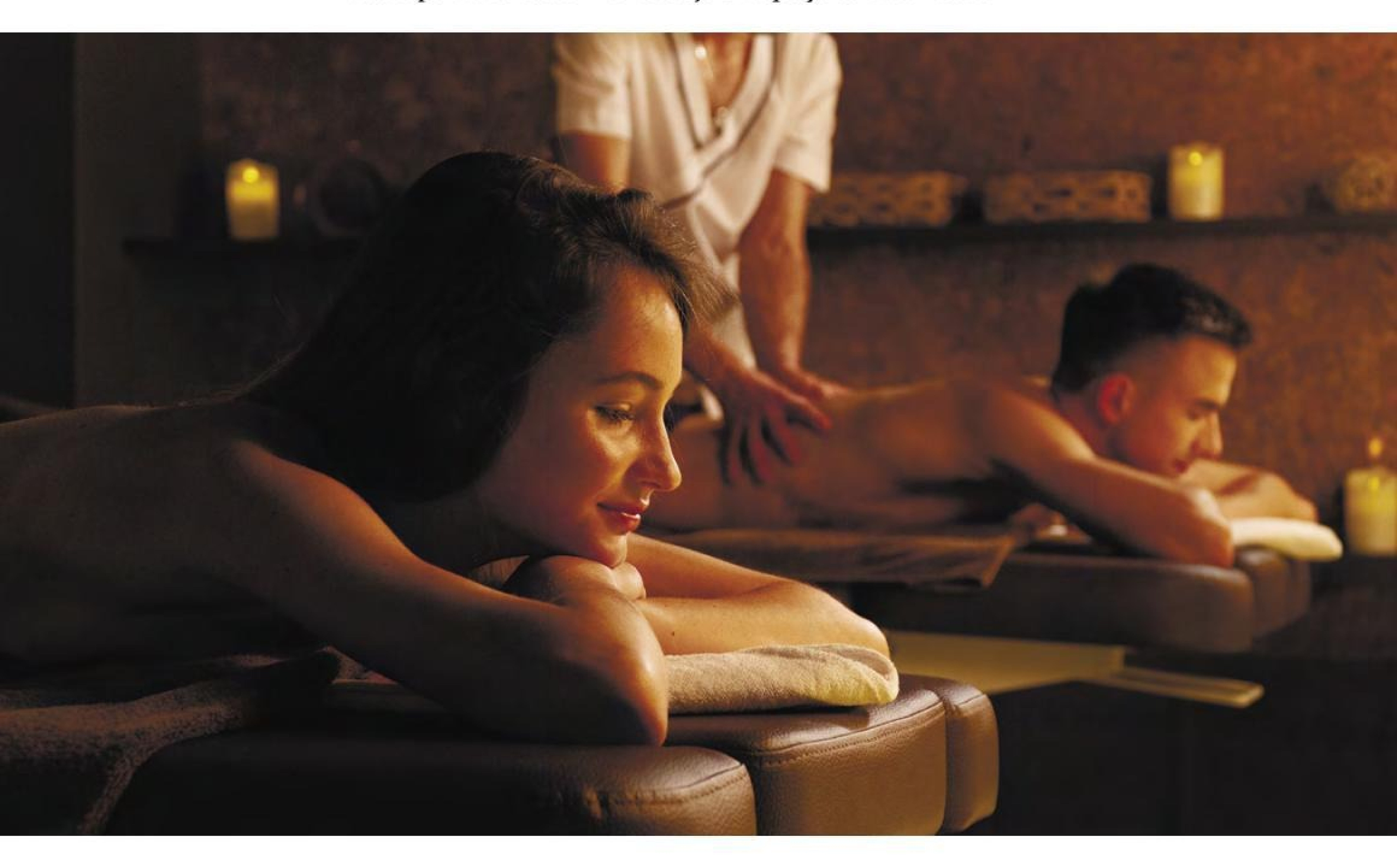
Аксессуары: Катя Ведовка
@vedovka

Локация: студия «Зарница»
@zarnica_studio


«Не знаю, сказала ли эта женщина за всю свою жизнь хоть слово правды; но, когда она говорила, я верил ей: это было сильнее меня. Я потерял голову и уже ничего не видел»

Приглашаем в круизы для двоих!

Путешествие на круизном лайнере — это мечта. А путешествие на СПА-лайнере для двоих — это еще и море удовольствия!



В каждый круиз включены два блюда в ресторане, напитки, два СПА-ухода и два безлимитных посещения категории СТАНДАРТ.

Для наших гостей мы разработали 5 прекрасных СПА-круизов для двоих.

СПА-КРУИЗ В ТУРЦИЮ

В круиз входит:

— Безлимитное посещение СПА Ривьера для двоих категории СТАНДАРТ в любой день.

— СПА-уход для двоих «Путешествие в Турцию» продолжительностью 170 минут. Такой СПА-уход за телом в хаммаме поможет погрузится в восточную сказку: пилинг с рукавичкой Кессе, фруктовый пилинг, чаепитие с сухофруктами и орехами, полуторачасовой традиционный СПА-уход в кабинете с проработкой всего тела. Затем вас будет ожидать полноценный обед или ужин в ресторане на 3 этаже.

— Мы приготовим специально для вас два фирменных турецких блюда «Али Назик» — это нежные кусочки говядины в томатном соусе с печеным баклажаном и чесночным йогуртом.

— Чайник на двоих традиционного турецкого чая.

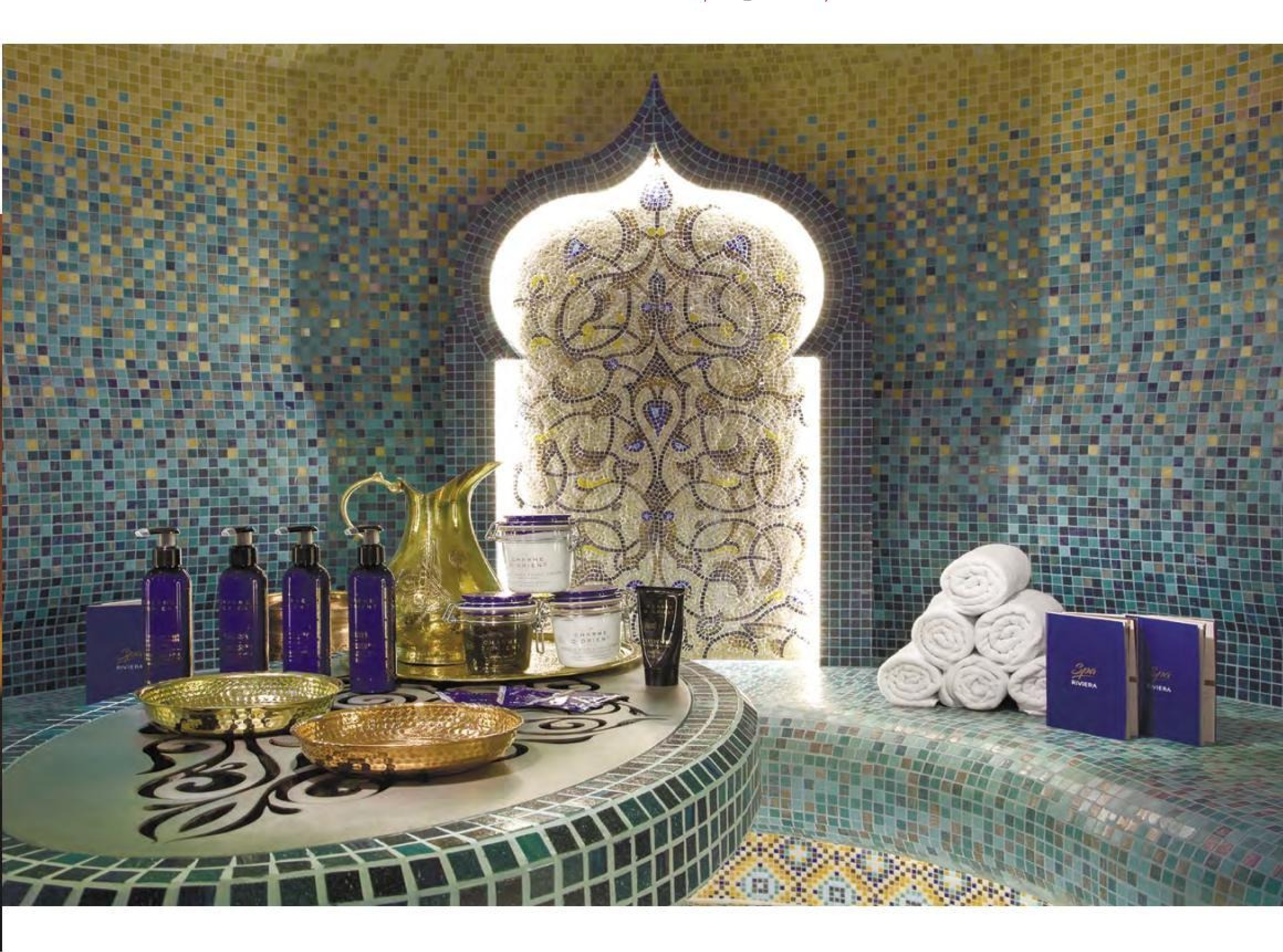
СПА-КРУИЗ В ТАИЛАНД

Как и все круизы, этот круиз также включает:

— Безлимитное посещение СПА Ривьера для двоих категории СТАНДАРТ на любой день.

— СПА-уход для двоих «Путешествие по Таиланду» продолжительностью 100 минут. Это релаксирующий СПА-уход для тела. Оказывает расслабляющее, восстанавливающее и омолаживающее действие: обёртывание с тёплым маслом насыщает кожу ценными питательными компонентами, проработка тела по маслу «Жасмин, иланг-иланг, плюмерия», нанесение сахарного скраба, особое внимание уделяя огрубевшим и проблемным участкам тела.

— После СПА-ухода приглашаем в ресторан на 3 этаже. Вас будут ожидать два фирменных тайских блюда на выбор: филе морского окуня или свинина в сливовом соусе с гарниром из риса Жасмин, приготовленный в бамбуковой пароварке, с моченой капустой Пак-чой и жареными вешенками.



текст и фото | предоставлены Spa Riviera

СПА-КРУИЗ В ИТАЛИЮ

Подарите кусочек Италии своей половинке!

— Безлимитное посещение СПА Ривьера для двоих категории СТАНДАРТ на любой день.

— СПА-уход для двоих «Золото Италии» продолжительностью 60 минут. Волшебный уход за телом на профессиональной итальянской косметике Comfort Zone: проработка всего тела по маске с экстрактом планктона, на основе желтой глины из Бразилии и ароматным маслом из миндаля, жожоба и с витамином Е.

— Два фирменных итальянских блюда на выбор: классическое ризотто с белыми грибами и ароматом трюфеля или ризотто с морепродуктами.

СПА-КРУИЗ ВО ФРАНЦИЮ

Романтическое путешествие для двоих:

— Безлимитное посещение СПА Ривьера для двоих категории СТАНДАРТ на любой день.

— Фирменный СПА-уход для двоих «Огни Парижа» продолжительностью 60 минут. Романтичный уход за телом проводится на французской косметике Charme d'Orient: включает проработку всего тела по маслу Карите, очищение лица знаменитым черным мылом Алеп, проработка кожи лица для её увлажнения и питания.

— Два блюда на выбор: утиная ножка «Конфи» с томленой грушей и клюквенно-винным соусом или мидии в сливочном соусе.

СПА-КРУИЗ В ИСПАНИЮ

— Безлимитное посещение СПА Ривьера для двоих категории СТАНДАРТ на любой день.

— Фирменный СПА-уход для двоих «Испанский бриз» продолжительностью 60 минут. СПА-уход включает скрабирование тела на профессиональной испанской косметике Germaine de Capuccini, в составе скраба полностью натуральные ингредиенты: кукурузное масло, диоксид кремния, яичный желток, пчелиный воск, морские водоросли, витамины С и Е, которые питают и очищают кожу.

— Два фирменных испанских блюда на выбор: салат с осьминогом и томатами черри или паэлья с шафраном и морепродуктами (осьминог, мидии, филе морского окуня).

Предварительная запись на круиз по тел. 7884 обязательна!
Добро пожаловать на борт СПА-лайнера СПА Ривьера!

Адрес SPA RIVIERA – проспект Победителей, 110



Топ **Elisabetta Franchi** артикул RTLAAB811301 на lamoda.by, брюки **Diesel** артикул RTLAAA896301 на lamoda.by

Полутона

Беззастенчивость или развязность? Креатив или сумасбродство? Элегантность или напыщенность? Каждый сам выбирает, что видеть перед собой. Все дело в оттенке эмоции

Платье **Elisabetta Franchi** артикул RTLAAB804001 на lamoda.by, пояс **Patrizia Pepe** артикул PA748DWMDDD7 на lamoda.by, плавки **Beach Bunny** артикул BE033EWLGYE5 на lamoda.by, туфли **Casadei** артикул RTLAAA791101 на lamoda.by




Пиджак **Arma Naya** артикул RTLAAC382601 на lamoda.by, джинсы **Dsquared2** артикул RTLAAB730101 на lamoda.by, очки **Christian Dior** артикул CH587DWHBJF5 на lamoda.by, майка **Polo Ralph Lauren** артикул RTLAAB319901 на lamoda.by, плавки **Beach Bunny** артикул RTLAAB410701 на lamoda.by



Джинсы **Dsquared2** артикул RTLAAB730101 на lamoda.by, майка **Polo Ralph Lauren** артикул RTLAAB319901 на lamoda.by, плавки **Beach Bunny** артикул RTLAAB410701 на lamoda.by, ботильоны **N21** артикул N1380AWJUSP5 на lamoda.by



Платье **You&You** артикул YOOO5EWLEG09 на lamoda.by, боди **Elisabetta Franchi** артикул RTLAAB806002 на lamoda.by, туфли **Le Silla** артикул LE682AWMNGF5 на lamoda.by



Фотограф: Таня Новикова

Стилист: Катя Герман

Ассистент стилиста: Надя Хрол

Макияж и прическа: Таня Джаста

Модель: Юля Микитюк



Платье **UNONA**, серьги **Silver Moon**, туфли **Alexandre Vauthier, FZ TANDEM**



В реалиях жизни

Открыть в себе нового человека просто – достаточно создать блог в соцсети. Там можно быть перманентно красивой, нарядной, успешной – идеальной. А что стоит за границами фото в сети? Что происходит после столкновения безупречного и настоящего? Ответ есть: искусство.



Платье **Sherri Hill**, кеды **Nike**



Джинсы, топ **Zara**, жакет **MAL'KO**, винтажный сотуар **Sonya Rykiel**, винтажный сотуар **St John @marietta_vintage**



Белье **Oysho**,
украшения **Silver Moon**



Фотограф: Алла Пархимович @alla_parhimovich

Стилист/продюсер: Регина Полейчук @rehina_p

Ассистент стилиста: Елена Сагателян @marietta_vintage

Модель: Елизавета Павловская @eliz__st

Визажист: Катя Эйфория @kajforia

Парикмахер: Наташа Ерёмина @nataeremina

Сет-дизайнер: Люся Галкина @lusya_galkina

Платье **Maison Bohemique, FASHIONZONE.BY**, босоножки **Alexandre Vauthier, FZ TANDEM**



Образ **La Classe**

Коллекции



Образ из коллекции дизайнера Агаты Каробка для Brands Fashion Show



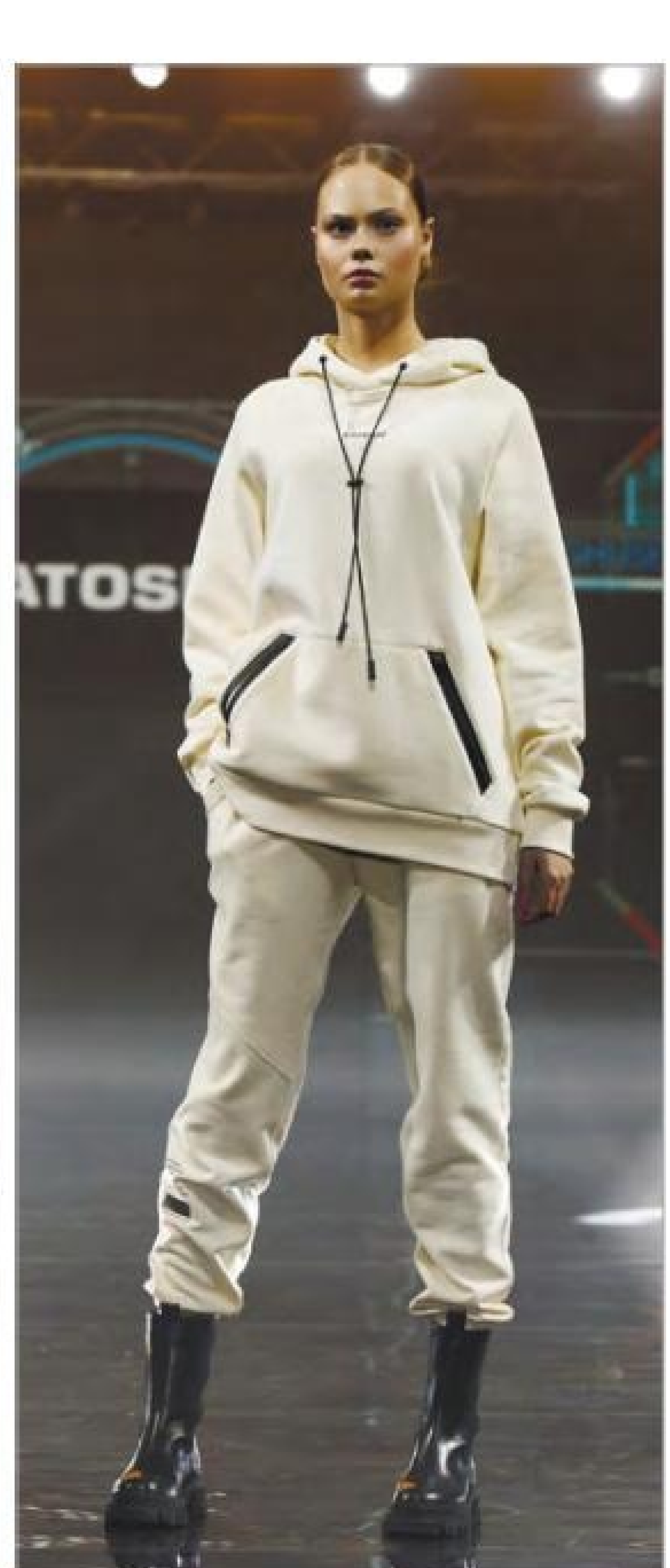


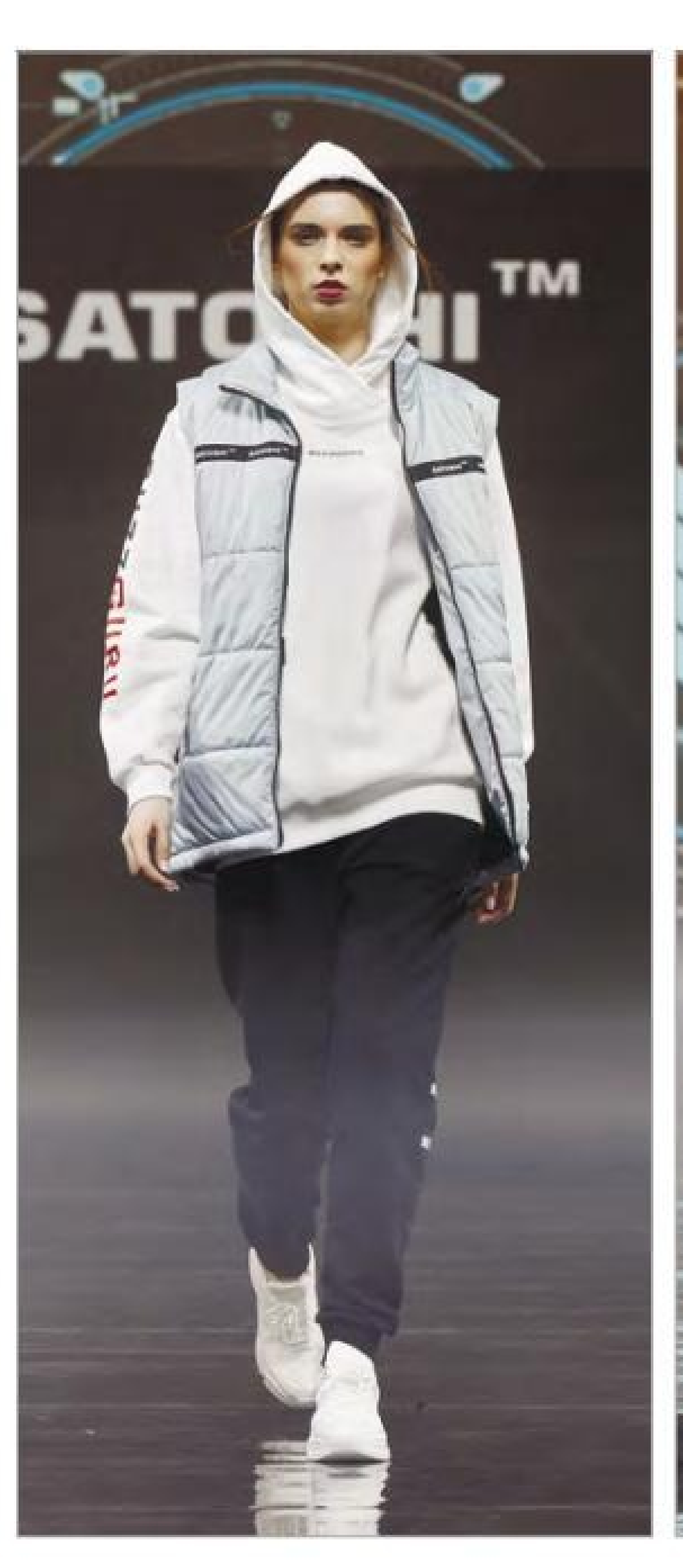




LAMODA









SATOSHI






SIMON






NAGORNY MODELS






АГАТА КАРОБКА






GIAMBATTISTA VALLI






IRIS VAN HERPEN






schiapareLLi











МТБанк презентовал Visa Platinum Business

МТБанк презентовал новую корпоративную карту Visa Platinum Business с участием корпоративных клиентов банка: собственников и руководителей крупного, малого и среднего бизнеса, партнеров и ключевых сотрудников. Гости узнали обо всех преимуществах карты, а также привилегиях ее премиальной и партнерской программы.

















фото | Владимир Чурносов









Премьера Brands Fashion Show

Одновременно на большом экране Falcon Club Бутик Кино и на видеосервисе VOKA прошла премьера 9-го сезона Brands Fahion Show. Гостями модного события стали партнеры и участники проекта, блогеры и дизайнеры.







фото | Владимир Чурносов







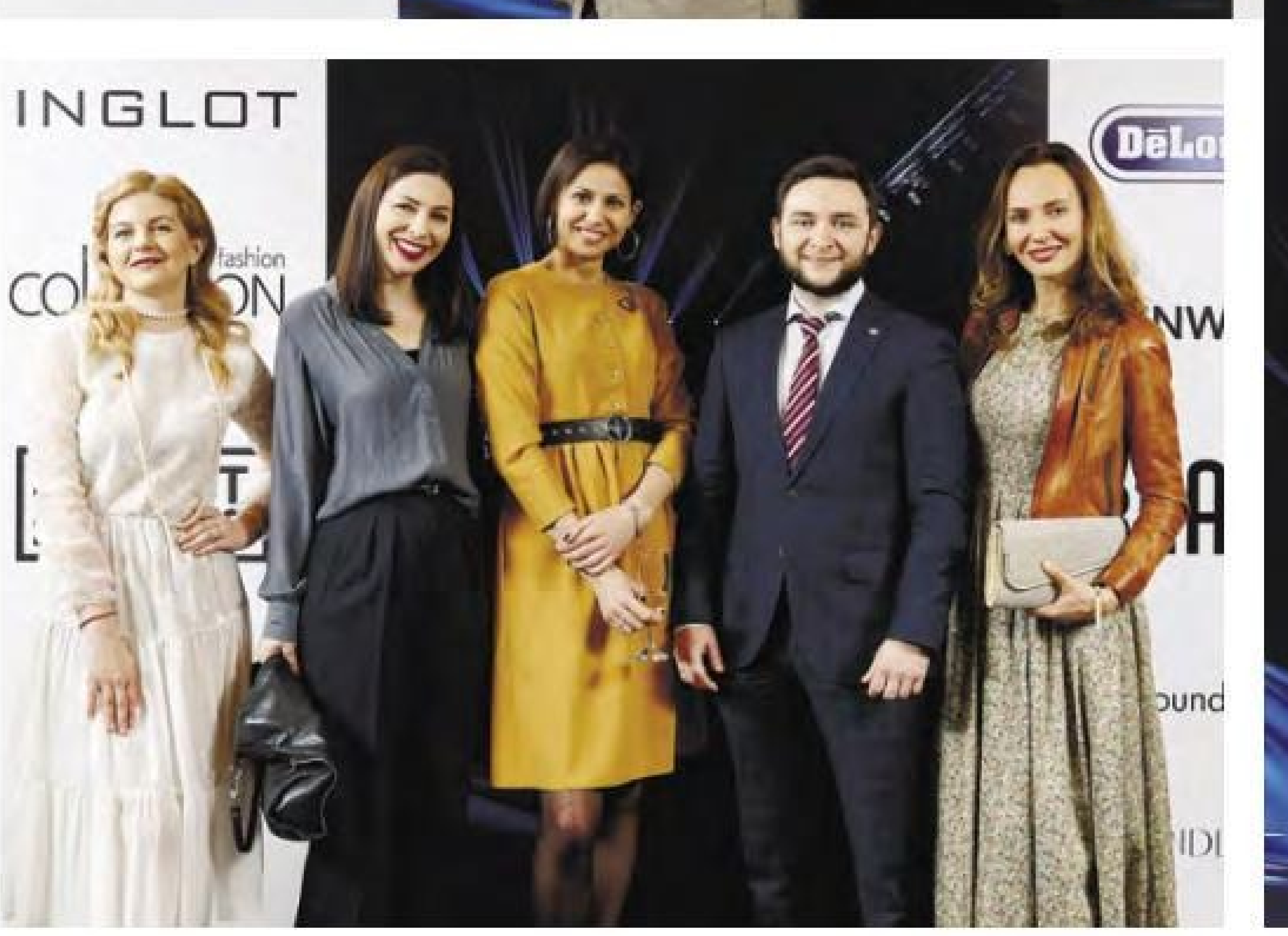




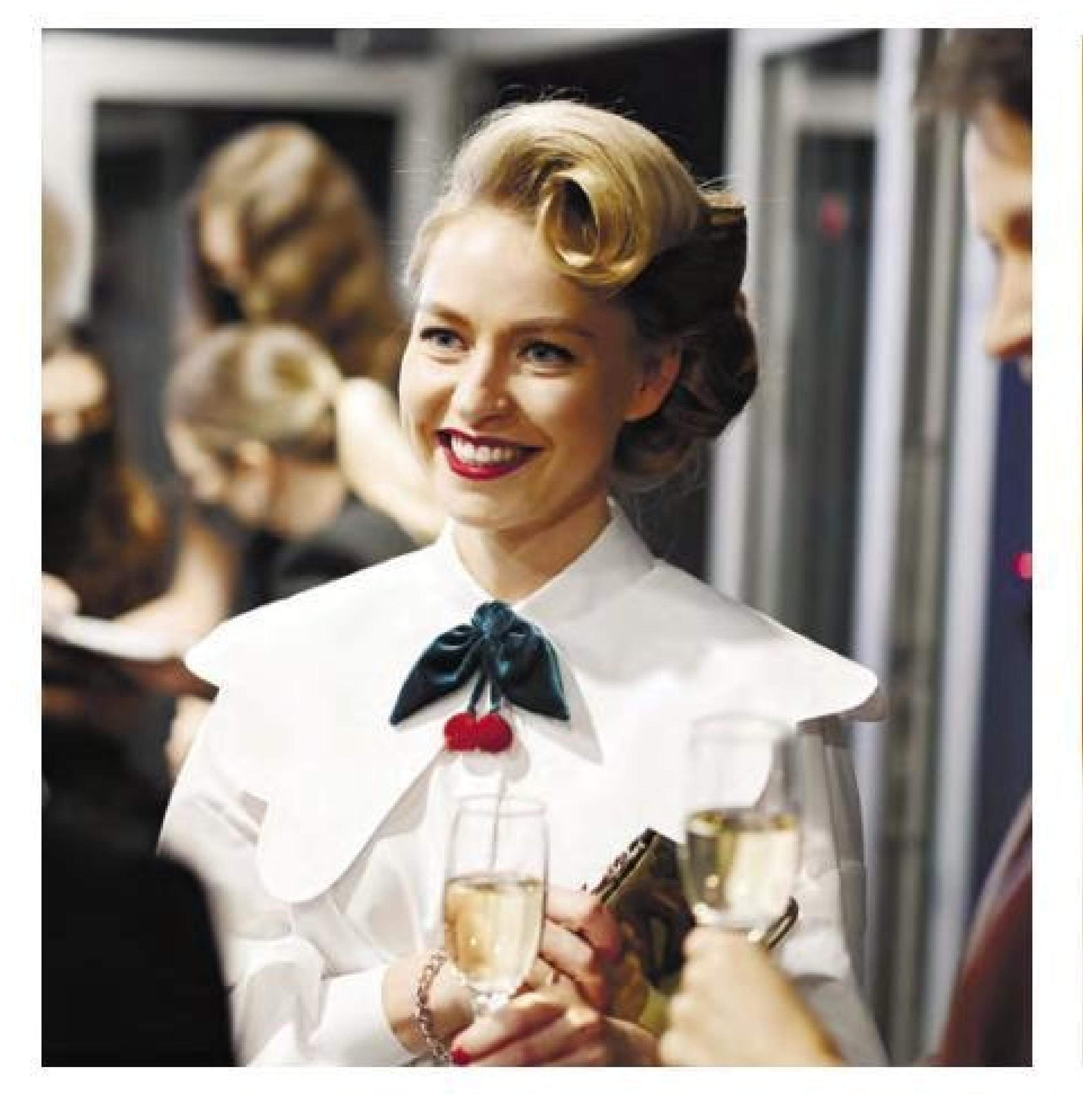

mastercard
INGLOT
fashion
COLLECTION
EFFECT.
PROMO
VWALL
POSH


Brands Fashion Show
— НА —
VOKA
МТБанк
Банк свежих решений
DeLonghi
KENWOOD
BRAUN
soundcafe




INGLOT
fashion


VOKA







Мы обязательно встретимся